

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

DALIBOR JADREŠKO

SUVREMENI TRENDOWI U NAUTIČKOM TURIZMU

Diplomski rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

DALIBOR JADREŠKO

SUVREMENI TRENDOM U NAUTIČKOM TURIZMU

Diplomski rad

JMBAG: (629-ED), izvanredni student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Selektivni turizam

Mentor: Doc. dr. sc. Aljoša Vitasović

Pula, prosinac 2016.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Dalibor Jadreško, kandidat za prvostupnika ekonomije/poslovne ekonomije, smjera Turizam i razvoj ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Dalibor Jadreško

U Puli, prosinac, 2016. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Dalibor Jadreško dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Suvremeni trendovi u nautičkom turizmu koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, .prosinac 2016.

Potpis

SADRŽAJ

- 1. UVOD**
 - 1.1. Predmet istraživanja
 - 1.2. Svrha i cilj istraživanja
 - 1.3. Hipoteze rada
 - 1.4. Struktura rada
- 2. Nautički turizam – sadržajno određenje i povijesni razvoj**
 - 2.1. Pojmovno ishodište nautičkog turizma
 - 2.2. Povijesni elementi razvoja nautičkog turizma
 - 2.3. Nautička turistička usluga kao ekonomsko dobro
 - 2.4. Luke nautičkog turizma
- 3. Faktori razvoja nautičkog turizma**
 - 3.1. Prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma
 - 3.2. Tržišni uvjeti razvoja nautičkog turizma
 - 3.3. Ekonomski uvjeti razvoja nautičkog turizma
 - 3.4. Normativni uvjeti razvoja nautičkog turizma
- 4. Europski centri razvoja nautičkog turizma – odabrane zemlje**
 - 4.1. Nautički turizam Španjolske
 - 4.2. Nautički turizam Francuske
 - 4.3. Nautički turizam Italije
 - 4.4. Nautički turizam Grčke
- 5. Nautički turizam u Hrvatskoj (Marko Obratov poglavlje 3.)**
 - 5.1. Povijesni razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj
 - 5.2. Nautička ponuda i nautička potražnja u Hrvatskoj
 - 5.3. Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Hrvatskoj
 - 5.4. Konkurentnost hrvatskog nautičkog turizma
 - 5.5. Nautički turizam Sjevernog Jadrana
 - 5.6. SWOT analiza hrvatskog nautičkog turizma
 - 5.7. Budući trendovi nautičkog turizma
- 6. Zaključak**

1. UVOD

Danas je suvremeni razvoj turizma doveo do razvoj posebnog oblika turizma – nautičkog turizma čija je specifičnost da je sadržajno povezan s plovidlom, a prostorno definiran s vodom. Čovjekova potreba da koristi razna plovila i vodene površine vrlo je stara, međutim, u novije vrijeme čovjek sve učestalije plovi radi zabave i turizma – upravo su te potrebe pokrenule čitavu turističku industriju nautičkog turizma.

Nautički turizam je dinamički oblik selektivnog turizma, koji raznovrsnošću ponude nastoji privući turiste. Danas, nautički turizam gubi status masovnosti te obuhvaća ciljanu skupinu turista koji su bogati, uspješni i visokoobrazovani ljudi sa težnjom za avanturama i drugačijim oblikom zabave.

Nautički turizam sve više dobiva na važnosti u zadnjem desetljeću te omogućuje korisnicima turistima bliski kontakt s vodenim površinama, kao i nezaboravan provod na njima, te u konačnici, doticaj s prirodom i njezinim ljepotama. S obzirom na svoju selektivnost, ovaj oblik turizma je namijenjen turistima visoke platežne moći je te personaliziran i ima status individualnosti.

U suvremeno doba se nautički turizam uzdigao iznad svih drugih selektivnih oblika turizma te je dobio status turističkog fenomena koji ostvaruje vrlo visoke financijske udjele u ukupnom turizmu. Budući da ima tako visok status kao jedan od vodećih selektivnih oblika turizma, on ima vrlo jak utjecaj na ukupni turistički sektor svake zemlje koja primjenjuje ovaj oblik turizma.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovoga rada je nautički turizam kao selektivni oblik turizma i suvremeni trendovi koji doprinose njegovu kontinuiranom razvoju. Brojni znanstveni stručnjaci su istraživali nautički turizam, međutim, još uvijek ostaju nedokučeni neki njegovi činitelji, poput istraživanja suvremenih trendova u nautičkom turizmu, s obzirom da je on novotvorina turističkog sektora koja najprofitabilnije poslove. Stoga će se, sukladno predmetu istraživanja, u ovom radu istražiti suvremeni trendovi u nautičkom turizmu.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha ovog diplomskog rada je upoznati znanstvenu struku s nautičkim turizmom i fenomenom njegove pojave, kao i sve većem značaju kao selektivnom obliku turizma. Također, svrha je ukazati na ubrzani razvoj nautičkog turizma u posljednjem desetljeću. Cilj rada je prikazati nautički turizam i suvremene trendove njegova razvoja kao poseban oblik turizma namijenjen individualnim turistima, te kao oblik turizma koji obuhvaća niz aktivnosti koje su različite od drugih oblika turizma, a koji uvelike doprinose razvoju turističkog sektora.

1.3. Hipoteze rada

Sukladno determiniranom predmetu, svrsi i cilju istraživanja, može se izvesti temeljna hipoteza rada:

H0. Nautički turizam je suvremeni fenomen turizma koji ostvaruje visoke financijske rezultate.

Iz determinirane temeljne hipoteze moguće je izvesti nekoliko pomoćnih hipoteza:

H1: Nautički turizam namijenjen je turistima visoke platežne moći, koji su uspješni i visokoobrazovani.

H2: Prirodni i ekonomski uvjeti razvoja nautičkog turizma temelj su njegova ekspanzivnog razvoja u posljednjem desetljeću.

H3: Nautički turizam u Hrvatskoj jedan je od vodećih selektivnih oblika turizma.

1.4. Struktura rada

Ovaj diplomski rad je podijeljen u šest zasebnih poglavlja. U uvodnom dijelu definiran je predmet, svrha i cilj istraživanja, temeljne i pomoćne hipoteze te je objašnjena struktura rada. Drugi dio objašnjava sadržajno određenje nautičkog turizma, njegov povijesni razvoj, kao i prikaz nautičkog turizma kao ekonomskog dobra. Treći dio fokusiran je na faktore razvoja nautičkog turizma, a ti faktori obuhvaćaju prirodne, tržišne, ekonomske i normativne uvjete razvoja nautičkog turizma. U četvrtom dijelu obrađene su odabrane zemlje kao europski centri nautičkog turizma: Španjolska, Francuska, Italija i Grčka. U petom dijelu prikazan je nautički turizam u Hrvatskoj: njegov povijesni razvoj, nautička ponuda i potražnja u Hrvatskoj, prirodni resursi kao preduvjet razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, konkurentnost hrvatskog nautičkog turizma, SWOT analiza hrvatskog nautičkog turizma te budući trendovi razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj. U zaključku su iznesene argumentirane činjenice o istraženoj problematici i završne misli kako bi se nautički turizam u budućnosti mogao unaprijediti.

2. NAUTIČKI TURIZAM – SADRŽAJNO ODREĐENJE I POVIJESNI RAZVOJ

Nekada je turizam imao obilježja masovnosti koja se sa njegovim razvojem sve više povećavala. Međutim, u suvremeno doba masovni turizam počeo je dobivati sve više negativnih konotacija s obzirom na sezonalnost, prostorne koncentracije i distribucije te uniformiranost masovnog turizma. Upravo zbog tih negativnih konotacija razvila se potreba za razvojem individualiziranih oblika turizma koji će se sve više približiti turistu kao pojedincu te nastojati zadovoljiti njegove turističke potrebe. Nautički turizam je jedan od tih oblika turizma koji se koncentrirao na individualne potrebe turista, kao i na posebne skupine turista koji konzumiraju ovaj oblik turizma.

Nautički turizam usko je vezan za vodene površine i provod na njima, kao i stavljanje želja nautičkih turista u prvi plan. Ovaj oblik turizma je postao autentičan i poseban te sve više doprinosi velikoj profitabilnosti turističkog sektora, s obzirom da je namijenjen turistima visoke platežne moći.

Nautički turizam je u posljednjem desetljeću otvorio turističkom sektoru novi put i postao trend koji bilježi uspješan ekspanzivan rast. Kao novi trend u turizmu, nautički turizam nastoji zadovoljiti turističke potrebe ciljnih skupina, iskoristiti prirodne resurse zemlje za razvoj nautičkog turizma te doprinijeti razvoju turističke destinacije koju će nautički turizam obilježiti kao njezinu atrakciju.

2.1. Pojmovno ishodište nautičkog turizma

Sintagma nautički turizam sastavljena je od riječi i pojmova turizam i nautika¹ pa je nautički turizam izvedenica tih riječi. Pojam nautički je došao od grčke riječi *nautus* koja izvorno znači mornar, a označava znanost o pomorstvu². Pojam nautičkog turizma upućuje na zadovoljavanje turističkih potreba za provodom na vodenim površinama. Nautički turizam se može definirati kao ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih, te korištenjem plovniha objekata kao i drugih objekata povezanih za nautičku

¹ Dulčić, A.; „Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma“, Ekokon d.o.o., Split, 2002., str. 3.

² Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002., str. 54.

turističku djelatnost.³ Autor Tihomir Luković dao je najpodrobniju definiciju nautičkog turizma i ona je sljedeća: nautički turizam ukupnost polifunkcionalnih aktivnosti i odnosa koji su uzrokovani boravkom turista-nautičara u lukama nautičkog turizma ili izvan njih i korištenjem plovniha objekata kao i drugih objekata vezanih uz nautičku turističku djelatnost radi rekreacije, športa, razonode i drugih potreba⁴.

Nautički turizam je naziv za poseban oblik turizma u kojem dominiraju plovidba i boravak turista u vlastitom ili tuđem plovilu te različite nautičke aktivnosti u turističke svrhe i radi razonode.⁵ Nautički turizam svoju djelatnost temelji na uporabi plovila (jahte na motor ili jedra) i infrastrukture sportsko-rekreacijske organizacije (nautički centri, marine, klubovi)⁶. Nautički turizam osim boravka na vodi i plovilu, podrazumijeva i krstarenja te druge oblike rekreacije, poput sporta, ribolova, ronjenja, jedrenja na dasci i slično. Najvažnije je obilježje nautičkog turizma sezonalnost karaktera ovog oblika turizma, jer upravo nautičari sezonski borave na plovilima. Rješenje ovog problema moguće je nadopunjavanjem ponude nautičkog turizma komplementarnim oblicima turizma koji imaju manje izražen sezonski karakter ili se odvijaju u razdobljima kada je nautička aktivnost smanjena⁷.

Nautički turizam se razlikuje od drugih oblika turizma po specifičnim uslugama, koje se turistima – nautičarima pružaju u lukama nautičkog turizma. Turističke usluge u nautičkom turizmu su⁸: iznajmljivanje veza uz zaštićenu obalu, iznajmljivanje plovniha objekata za odmor i rekreaciju, usluge skipera, prihvata, čuvanja i održavanja plovniha objekata na vezu u moru, usluge snabdijevanja nautičara energijom (strujom, plinom, vodom, gorivom), uređenje i pripremanje plovniha objekata, davanje različitih informacija nautičarima poput vremenske prognoze i voznih redova, škole jedrenja, obuke za skipere i voditelje brodica te ostale turističke usluge za potrebe nautičkog turizma (iznajmljivanje sportskih terena, pribora i opreme za kupanje, suncobrana i ležaljke i slično).

Nautički turizam današnjice obogaćuje turističke potrebe novim rekreacijskim oblicima, a turisti danas postavljaju specifične zahtjeve u pogledu ponude nautičkog turizma. Nautički turizam je najekspanzivniji oblik turističke rekreacije te doprinosi povećanju ostvarenja turističkog prometa neke zemlje. Višestruki gospodarski značaj, brojne forme u kojima se javlja, penetracija na novim dosad turistički neokupiranim prostorima zemlje, kao što su površine mora, rijeka i jezera, glavne su značajke tog po dimenzijama „novog“ i ekspanzivnog

³ Luković, T., Gržetić, Z.: Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut (HHI) Split, Split, 2007., str. 30.

⁴ Luković, T.: Nautički turizam – definiranje i razvrstavanje, Ekonomski pregled, vol. 58, no. 11, 2007, str. 695.

⁵ Vukonić, B. i Čavlek, N.: „Rječnik turizma”, Masmedia d.o.o., Zagreb, 2001., str. 235.

⁶ Krce Miočić, B.: Povezivanje nautičkog s komplementarnim specifičnim oblicima turizma, Acta Turistica, Vol. 26, No. 2, 2014., str. 159.

⁷ Ibidem, str. 160.

⁸ Ibidem, str. 56.

oblika turističkog prometa⁹. Česta motivacija turista za odabir baš ovog oblika turizma je boravak na plovilu i vodi sa svim prednostima što takav boravak nosi.

Nautički turizam danas predstavlja suvremeni turistički proizvod kao složeni skup usluga kojima se nastoje zadovoljiti potrebe nautičara, odnosno nautička potražnja. Nautičkim turizmom nude se turističke usluge koje uključuju luke nautičkog turizma te širok spektar javnih usluga, brojnih servisa i prirodnih uvjeta.

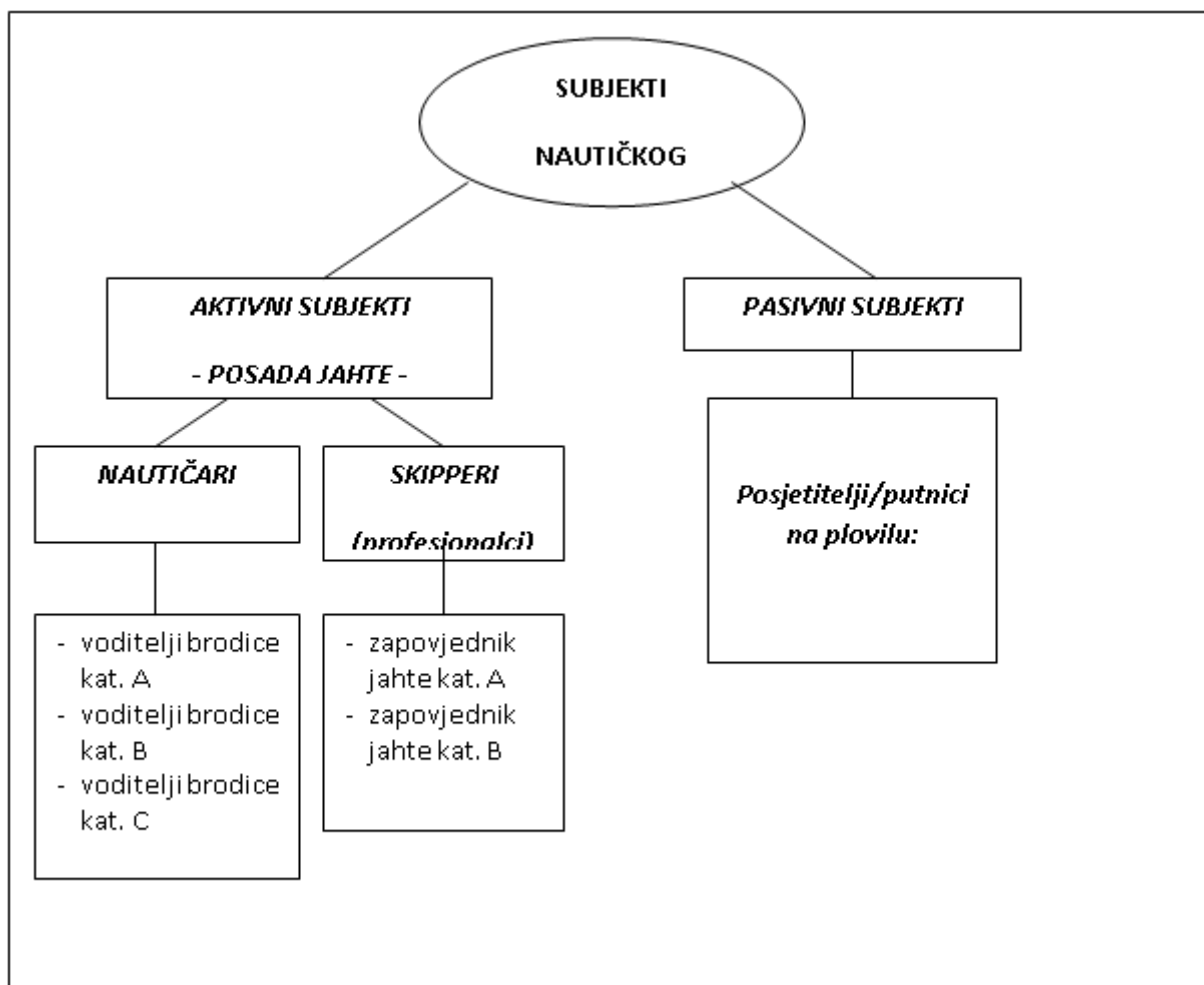
S obzirom na važnost pomorskog aspekta u nautičkom turizmu, razlikujemo dvije osnovne vrste pojmova:

- a) objekti ili sredstva nautičkog prometa, i
- b) subjekti ili učesnici nautičkog prometa.

Objekte nautičkog prometa čine sredstva bez kojih obavljanje djelatnosti ne bi bilo moguće. Oni se promatraju u širem smislu te se razvrstavaju u tri kategorije – resursi, sredstva i infrastruktura. Resursi mogu biti objektivni (prirodni, humani i društveni), subjektivni (kapacitet nautičke luke, agencije za posredovanje), i ostali (udruženja na državnoj i međunarodnoj razini, razna natjecanja). Sredstva mogu biti materijalna (plovila kao motorna jahta, jahta na jedra, cruiser, old timer i dr., te ostala prijevozna sredstva kao automobil, avion, autobus, brod i dr.). Infrastrukturu nautičkog turizma čine plovni putovi, prometna mreža (cestovna, avio, željeznička), nautičke luke, komunikacijska i sigurnosna mreža, ostala infrastruktura.

⁹ Dulčić, A., op. cit., str. 7.

Shema 1 Subjekti nautičkog turizma



Izvor: Luković T., Nautički turizam Europe: kako ga definirati i razvrstati, Acta Turistica Nova, vol. 1, no. 2, 2007, str. 4.

Subjekte ili učesnike nautičkog turizma možemo definirati kao korisnike koji sudjeluju u nautičkom turizmu, a mogu biti aktivni i pasivni. Aktivni su subjekti ili posada jahte tj. osobe zadužene za upravljanje jahtom. Tu spadaju nautičari (neprofesionalci) i skipperi (profesionalci). U grupu pasivnih subjekata spadaju posjetitelji (putnici) na plovilu, a njih čine turisti i izletnici.

Elementi sustava nautičkog turizma su:¹⁰

- a) Nautički turistički "proizvod – skup turističkih usluga koje se nude turistima nautičarima.
- b) Nautička turistička ponuda – sposobnost i spremnost ekonomskih subjekata da ponude određenu, „nautičku” uslugu.
- c) Nautički potrošači – ciljna skupina turista visoke platežne moći s ciljem ostvarenja nautičkih turističkih potreba.

Postoji više kriterija prema kojima se nautički turizam može podijeliti na podvrste, a najvažniji kriteriji su: veličina plovila, vlasništvo broda, motiv plovidbe te organizacija plovidbe¹¹.

Prema kriteriju veličine plovila razlikujemo „veliki” ili brodski nautički turizam te „mali” nautički turizam. Veliki nautički turizam odvija se na trajektima, lebdjelicama, botelima, te putničkim, putničko – teretnim i hidrokrilnim brodovima. Veliki nautički turizam može se organizirati na turističkim i teretno – putničkim brodovima u obliku:

1. kružnih putovanja i izleta na turističkim brodovima,
2. pružanja ugostiteljskih usluga smještaja, prehrane i pića na brodu privezanom uz obalu na određeno vrijeme i u određenim okolnostima.

Kružna putovanja i izleti turističkim brodovima podrazumijevaju prijevoz ljudi brodom po unaprijed utvrđenom voznom redu i turističkom programu niza raznih sportskih, zdravstvenih, zabavnih i drugih aktivnosti i usluga koje se pružaju putnicima na turističkom putovanju u svrhu odmora, zabave i rekreacije. Kružna putovanja mogu se podijeliti prema trajanju i prema području plovidbe. Prema trajanju mogu biti duga i kratka, a prema području plovidbe unutrašnja, obalna, otočna i oceanska. Danas prometuje veliki broj teretnih brodova koji imaju i kabine za prijevoz putnika, osim što prevoze teret. Kapacitet im je uglavnom od 12 do 100 putnika. Njihov vozni red ovisi o teretu koji prevoze, ali i o odredišnim lukama. Zato njima krstare putnici koji imaju dosta slobodnog vremena. Kompanije određuju dobnu granicu za ovakvu vrstu putovanja, jer brodovi obično nemaju organiziranu medicinsku službu pa se na ovakva krstarenja uglavnom odlučuje mlađa populacija.

¹⁰ Dulčić, A., op. cit., str. 8.

¹¹ Mitrović, F.: „Ekonomika pomorstva“, Pomorski fakultet u Splitu, Split, 2007., str. 241.

„Mali“ nautički turizam je novi oblik pomorskog prometa, a danas je prevladavajući oblik nautičkog turizma. Specifičan je po različitim vrstama manjih plovila za sport, rekreaciju i zabavu. Realizira se u obliku:

1. sportsko – natjecateljskog nautičkog turizma,
2. zabavne navigacije.

Sportsko – natjecateljski nautički turizam odvija se u obliku natjecanja u jedrenju, tj. regatnih natjecanja, zatim u veslanju i sportskom ribolovu, dok je zabavna navigacija ili sportsko – rekreacijska plovidba na različitim tipovima, veličinama i oblicima jahti, jedrilica i čamaca. Tu važno mjesto zauzima yachting turizam, koji podrazumijeva plovidbu jahtama i jedrilicama. Također se sve češće koriste splavi, pneumatski čamci, kajaci te kanui za plovidbu na divljim i mirnim vodama. Zabavna navigacija vrši se veslanjem, splavarenjem, jedrenjem, kajakašenjem, skijanjem na vodi i slično. Plovidba u obliku splavarenja i kajakaštva često se naziva „avanturistički turizam“.

Prema vlasništvu plovila razlikujemo:

1. nautički turizam u vlastitom ili klupskom plovilu,
2. nautički turizam u unajmljenom plovilu na određenom vrijeme.

Kao sudionik u okviru nautičkih turističkih kretanja, nautičar se može opredijeliti za:

- vlastito plovilo uz vlastitu navigaciju,
- vlastito plovilo uz navigaciju stručne posade,
- unajmljeno plovilo uz vlastitu navigaciju,
- unajmljeno plovilo uz navigaciju stručne posade.

Ako se turist – nautičar odluči za vlastito plovilo uz vlastitu navigaciju i za vlastito plovilo uz navigaciju stručne posade, nautičar je vlasnik plovila za svoje potrebe. Plovilom upravlja sam ili to

povjerava stručnim osobama. U slučaju da se radi o većem plovilu, onda se stručnost posade regulira zakonom. Sve se više pojavljuje oblik unajmljivanja plovila uz vlastitu navigaciju.

Prema motivu plovidbe razlikujemo:

- rekreacijski nautički turizam,
- sportski nautički turizam,
- ribolovni nautički turizam.

Prema organizaciji plovidbe razlikujemo:

- nautički turizam individualnog tipa organizacije,
- nautički turizam grupnog tipa organizacije.

Nautički turizam predstavlja spoj pomorstva i turizma te je reguliran s dva Zakona koji propisuju njegovo djelovanje¹²: Zakon o turističkoj djelatnosti iz 1996. godine (NN 8/96.) i Pomorski zakonik iz 2004. godine (NN 181/2004.). Također, postoje i nekoliko najvažnijih zakona koji se odnose na nautičku djelatnost kao dio turizma, a ti Zakoni su sljedeći¹³:

- Zakon o pomorskom dobru i morskim lukama (NN, 158/2003.)
- Zakon o plovidbi unutarnjim vodama (NN, 19/1998.)
- Zakon o lučkim kapetanijama (NN, 124/1997.)
- Zakon o hrvatskom registru brodova (NN, 81/1996.)
- Zakon o Plovputu (NN, 73/1997.)

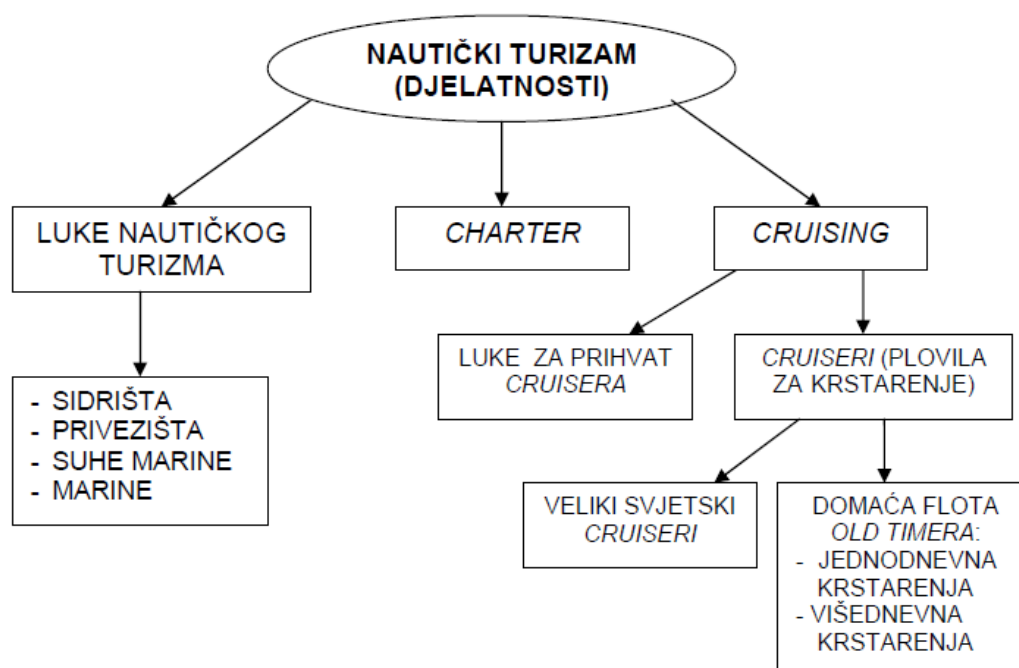
Nabrojeni zakoni definiraju pomorski i turistički aspekt nautičkog turizma te su oni nositelji zakonodavnog sustava nautičkog turizma. Razina donošenja ovih zakona je parlamentarna te oni daju podlogu za detaljniju razradu nautičkog turizma i njegovih činitelja kroz pravilnike, uredbe, odluke i naredbe sa zakonskom snagom, koji su spušteni na razinu ovlaštenoga ministarstva ili ministarstava.¹⁴

¹² Ivošević, D.: „Nautički turizam Hrvatske“, vlastita naklada Novigrad, 1995., str. 24.

¹³ Luković, T. : „Nautički turizam – definicije i dileme“, „Naše more“, Vol. 54, No. 1-2, (22-31), 2007., str. 25.

¹⁴ Luković, T., op. cit.

Slika 1. Model razvrstavanja osnovnih vrsta djelatnosti nautičkog turizma



Izvor: Luković, T. : „Nautički turizam – definicije i dileme“, „Naše more“, vol. 54, no. 1-2, (22-31), 2007, str. 29.

Utjecaj nautičkog turizma na gospodarstvo je višestruk. On, kroz svoje djelovanje utječe na sljedeće gospodarske segmente:

a) Nautički turizam uvelike utječe na poslovanje luka nautičkog turizma. Utjecaj nautičkog turizma na poslovanje luka nautičkog turizma vezuje se za marine. Naime tu nautičari ostvaruju sve svoje potrebe i realiziraju sve usluge. Ono što je najvažnije da nautički turizam u cijelosti utječe na zemlju koja ga pruža kao i u konačnici i na te luke i marine gdje se događa njegova osnova. Ono što je najvažnije luke pružaju mnoge segmente nautičkom turizmu od goriva, električne energije, najam plovila, servis plovila, škole za nautičke turiste, i slično.

b) Nautički turizam nadalje utječe na poslovanje i razvoj uslužnih djelatnosti. U nautičkom turizmu realiziraju se brojne ugostiteljske, trgovinske, obrtničke i druge usluge, što stimulativno djeluje na razvitak turističke, ugostiteljske, trgovinske, i ostalih djelatnosti, koje su nužne za zadovoljavanje potreba nautičara. U lukama nautičkog turizma otvaraju se brojni ugostiteljski i trgovinski objekti i različite radnje. Bitno je organizirati trgovačku mrežu koja je u stanju kvalitetno opskrbiti nautičare.

c) Nautički turizam utječe na poslovanje brodograđevne industrije. Utjecaj je nautičkog turizma na brodogradnju velik iz razloga što je veća njegova masovnost to je veća potreba za novim plovilima koji se grade upravo u brodogradilištima.

d) Nautički turizam utječe na poslovanje i razvoj brodarskih i remontnih poduzeća. Utjecaj je velik. Naime, kada se plovila naprave javlja se potreba kroz neko vrijeme i za njihovim servisima, ali i za popravcima. Upravo u tom segmentu javlja se potreba za popravcima, rezervnim dijelovima, bojama, strojevima a u konačnici i radnicima. Brodogradnje nude nautičarima veliki broj usluga:

- usluge tehničkog servisiranja plovila,
- kapitalni remont,
- adaptacija i rekonstrukcija plovila,
- intervencije nakon havarija,
- izvlačenje,
- pregledi i radovi konzerviranja i tekućeg remonta,
- interventne servisne usluge za povremene radove u marinama ili na proizvoljnim sidrištima i vezovima, i
- drugo.

Za sve to organiziraju se i razne radionice.

Nautički turizam je logična posljedica sveukupnog gospodarskog razvoja neke zemlje jer gospodarski razvoj uvjetuje stvaranje slobodnih financijskih sredstava za kupnju plovila i slobodnog vremena za plovidbu¹⁵. Povećanjem industrijalizacije i urbanizacije, kao i ekspanzijom tehnološkog razvoja, nautički turizam se razvija kroz nove materijale, tehnologije i metode građenja plovila

Budući da se svjetski trendovi u turističkoj ponudi sve više razvijaju s procesom globalizacije, oni danas predstavljaju glavne smjernice za rast i razvoj nautičkog turizma. Zbog toga nautički turizam ima izuzetno značajnu ulogu u svjetskom turizmu. Pod utjecajem ubrzanog razvoja i brzih promjena u potražnji, zadnjih se godina sve više traže posebni oblici nautičkog turizma. U razvitku nautičkog turizma stalno se javljaju novi sadržaji koji ga obogaćuju i tendencije koje mu mijenjaju tijek i strukturu.

¹⁵ Luković, T., op. cit., str. 57.

Ubrzani razvojni proces čovjeka i njegove sve veće želje za upoznavanjem vodenih površina doveo je do ekspanzivnog razvoja nautičkog turizma, a razvijaju ga zemlje bogate prirodnim vodenim resursima. Nautički turizam obuhvaća zabavu, razonodu, sport, ribolov te turistička kretanja vodenim površinama, a sve u turističke svrhe. Danas su, radi odmora i rekreacije, u nautički turizam uključeni milijuni ljudi koji intenzivno doprinose razvoju ukupnog turističkog prometa.

Učesnici nautičkog turizma ne moraju imati posebna znanja i vještine iz područja nautike, ali predstavljaju ogromnu ciljnu skupinu koja prakticira ovaj oblik turističke rekreacije. Ovi turisti svoje potrebe ostvaruju na morima, rijekama i jezerima te na njihovim obalnim prostorima - čovjek se u nautičkom turizmu vodom može kretati samo uz pomoć plovila. Glavni je motiv turista nautičara boravak na čistom zraku, sport, kulturno uzdizanje, razonoda i avanturistički provod, kao i upoznavanje prirodnih ljepota mora. Stoga se može reći da nautički turizam predstavlja plovidbu i boravak turista nautičara na plovnim objektima te njihov boravak u lukama nautičkog turizma.

Ovaj oblik turizma je veoma atraktivan jer je dinamičan i njegova turistička ponuda je raznovrsna i posebna. Udio ovog oblika turizma u ukupnom turističkom prometu ekspanzivno raste te doprinosi povećanim turističkim prihodima zemlje. Nautički turizam je stoga vrlo zanimljiv za gospodarski razvoj zemlje jer su nautička potražnja i ponuda specifične jer se odražavaju na nautičku industriju, kao i na pružanje specifičnih turističkih usluga nautičarima.

2.2. Povijesni elementi razvoja nautičkog turizma

Povijest putovanja morima svijeta puna je uzbudljivih avantura, poduhvata i zanimljivih doživljaja. Stoga su se nekada samo iskusni moreplovci upuštali u putovanja na veće udaljenosti.

Povijest nautičkog turizma usko je povezana s poviješću pomorske plovidbe te s brodskim putovanjima koja su imala turistički karakter. Budući da su pomorska putovanja, osim osvajačkih i gospodarskih pobuda, bila poduzimana iz zabave i avanturizma, stoga je povijest nautičkog turizma dio pomorske povijesti.

Prve zapise o pomorskim putovanjima nalazimo već u starom vijeku. Već je pisac Homer u djelu „Odiseja“ opisao čitav niz pustolovina nakon Odisejeva povratka iz Trojanskog rata. Tako središta

pomorske plovidbe postaju tada Sredozemlje i Grčka. Također postoje podaci o veslačkim takmičenjima u okviru raznih svetkovina na vodi u antičkoj Grčkoj, Rimu, Egiptu, Kini¹⁶.

Novi vijek i plovidbe dalje preuzimaju Arapi i prenose je u Španjolsku. U to vrijeme se i talijanski gradovi Genova i Venecija javljaju kao pomorske sile. Poznata su i razna veslačka takmičenja koja su se, osim na Sredozemlju zbivala i u Engleskoj – prvo takvo takmičenje zabilježeno je na Temzi 1715. godine, a ta tradicija se održala i do danas.

U doba velikih otkrića središte pomorstva se pomaklo iz Sredozemlja na Portugal, kada je u 15. stoljeću osnovana i prva pomorska škola, a od 16. stoljeća datiraju i prve pomorske karte sa detaljnim uputama za plovidbu na tada poznatim područjima svijeta¹⁷. Važno je za istaknuti i putovanje Jamesa Cooka 1779. u svrhu znanosti, kada se pomorska plovidba koristila suvremenim metodama navigacije.

Preteča suvremenog nautičkog turizma su prva transoceanska krstarenja zabilježena krajem 18. stoljeća – na primjer, 1866. su Amerikanci Hudson i Fitchem prešli Atlantik za 38 dana, a 1870. Dubrovčani su prvi jedrilicom prešli iz Europe u Ameriku. Time su započela suvremena putovanja oko svijeta koja su se razlikovala prema veličini i tipu broda s kojim su izvedeni ili prema plovidbenoj ruti.

Sukladno navedenim povijesnim pomorskim putovanjima razvio se nautički turizam, a obuhvaćao je putovanja u sportske i zabavne svrhe. Do početka 1900. se nautički turizam razvijao polako, dok se između dva svjetska rata polako širi, ali nije imao masovno obilježje – obilježja ekspanzije nautički turizam doživljava od 1960 – tih godina. 1920 – te godine obilježio je razvoj specijaliziranih luka te marina za prihvat brodova i jahti. Usporedno s time se razvija jahting, posebice na kanalima i morima Velike Britanije.

Polako se počinju razvijati turistička krstarenja velikim brodovima. Nakon gubitka tržišta putnički brodovi namijenjeni transatlantskim putovanjima nastoje se preorijentirati na brodove za kružna putovanja¹⁸.

Mnogi su željeli oploviti svijet. Među odvažnim moreplovcima najbrojniji su bili Englezi i Amerikanci, iako su među njima zastupljeni i Hrvati, što je jedna od potvrda da Hrvatska ima pomorsku tradiciju.

Suvremeni nautički turizam stoga svoja uporišta ima daleko u povijesti, u starom vijeku. Oduvijek su ljudi težili putovanjima vodom, a uz to su se htjeli zabaviti i razonoditi, što im je tokom povijesnog

¹⁶ Dulčić, A., op. cit., str. 17.

¹⁷ Loc. cit.

¹⁸ Ibidem, str. 20.

razdoblja i omogućeno. Brojni su nautičari iskusni moreplovci u povijesti postigli vrhunske rezultate koje je povijest zabilježila i na kojima se današnji nautički turizam temelji.

2.3. Nautička turistička usluga kao ekonomsko dobro

Nautička turistička usluga ima obilježje ekonomskog dobra jer se prodaje na tržištu. U tom smislu se tumači njezina suština, sadržaj i struktura, odnosno nautička usluga ima status ekonomskog dobra jer je ekonomsko dobro ono što se traži na tržištu, što se odobrava, ima svoju cijenu i vrijednost.

Ekonomskim dobrom se smatra svako ono dobro koje predstavlja materijalni predmet ili uslugu koja je podobna da zadovolji neku potrebu¹⁹. Tako ekonomsko dobro predstavlja rezultat prirode ili čovjekova rada te to dobro zadovoljava čovjekove potrebe.

Nautička turistička usluga je specifična jer je ona usluga, a ne materijalni proizvod. Ona može biti, s obzirom na potrebu koju zadovoljava, relativno ograničena ili neograničena. Na primjer, nautička usluga uključuje pružanje usluge veza, informacije o vremenu i slično, a sve te stavke nemaju materijalni karakter. Tako nautička usluga predstavlja predmet potrošnje turista te njegove potrebe zadovoljava u dvostrukom obliku: kao prirodno i kao proizvedeno dobro. Tako prirodna nautička dobra čine voda, sunce, klima i vrijeme, drugu grupu čine resursi koji zahtijevaju čovjekov rad i ulaganje, dok treću grupu čine resursi biosfere poput vode, zraka, zemlje te biljnog i životinjskog svijeta. Proizvedena nautička dobra čini tekuća turistička nautička proizvodnja te baštinjena dobra, koja su rezultat minulog stvaralačkog djelovanja čovjeka.

Mora, obala, rijeke i jezera su pomorska dobra i kao takva imaju svojstvo javne uporabe, ali njihovu korist koriste turisti nautičari putem plovidbe tim vodama, pa se s tog aspekta nautička usluga može promatrati kao ekonomsko dobro. Ipak, raspoloživost nautičke usluge je ograničena zbog prirodnih resursa koje određena zemlja posjeduje – nema svaka zemlja vodene površine, pa ne može niti nuditi nautičke usluge, stoga ova usluga ima svojstvo ograničenosti.

Nautičke usluge se mogu podijeliti na²⁰:

¹⁹ Dulčić, A, op. cit., str. 23.

²⁰Ibidem, str. 28.

- Osobne usluge u fazi plovidbe i stacioniranja broda (opskrba, servisiranje i čuvanje broda na vezu)
- Materijalne usluge koje uključuju veće ili manje popravke broda
- Usluge usmjerene prema plovilu, a aktiviraju se i uključuju u turističku ponudu
- Korištenje plovila na određenom području
- Usluge koje se direktno pružaju turistima nautičarima
- Usluge usmjerene na korištenje nautičkog plovila.

Predmet ponude na nautičkom turističkom tržištu su uvijek konkretne nautičke usluge, koje proizvode i nude određeni tržišni subjekti²¹. Nautički turizam je neizostavno vezan za niz plovnih objekata koje turisti nautičari koriste kao sredstvo ostvarenja svoje turističke rekreacije. Nautičke usluge su danas široko disperzirane i specifične su u odnosu na druge turističke usluge te su vezane za prirodne resurse koje zemlja nudi.

Nautička usluga je kompleksna – ona se prodaje na specifičnom tržištu i ima specifičnu cijenu. Ne može se izraziti u količinama jer je to usluga koja obuhvaća niz aktivnosti koje se nude turistima u njihovu nautičkom provodu. Budući da se nautička usluga prodaje na turističkom tržištu, ona ima status ekonomskog dobra, za kojim postoji nautička potražnja ciljnih skupina turista. Nautička usluga je po svome statusu skupa i namijenjena je turistima veće platežne moći, onima koji su uspješni i visokoobrazovani te skloni avanturama. Može se zaključiti da je nautička usluga kao ekonomsko dobro specifična te ju kao takvu treba učinkovito promovirati na turističkom tržištu s ciljem ostvarenja profitabilnih turističkih rezultata u nautičkom turizmu.

2.4. Luke nautičkog turizma

Za određenje stupnja razvoja nautičkog turizma potrebno je sagledati položaj, razvoj i opremljenost luka nautičkog turizma s pripadajućim objektima suprastrukture i infrastrukture. Luka nautičkog turizma je luka posebne namjene koja služi za prihvata i smještaj plovih objekata, te je

²¹ Dulčić, A, op. cit., str. 27.

opremljena za pružanje usluga korisnicima i plovnim objektima. U poslovnom, građevinskom i funkcionalnom pogledu čini jedinstvenu cjelinu²².

Luke nautičkog turizma kategoriziraju se prema uslugama koje nude. Svaka zemlja propisuje standarde usluga za pojedinu kategoriju, a stvaraju se i međunarodni standardi. Tako luka koja ne ispunjava opće i posebne minimalne tehničke uvjete propisane za pojedinu vrstu luka nautičkog turizma, ne može poslovati pod nazivom takve vrste luka nautičkog turizma. U lukama nautičkog turizma mora se na vidnom mjestu istaknuti oznaka vrste luke nautičkog turizma u koju su razvrstane. U opće uvjete ubrajaju se higijensko sanitarni uvjeti, te rješenje odlaganja smeća, otpadnih tvari i voda, te otpadnih ulja na sanitarno – tehnički i higijenski način prije odvoženja s lokacije²³.

Tehnički uvjeti dijele se na opće i posebne. Opći su oni koji moraju biti zastupljeni u svim lukama. Luke nautičkog turizma, osim sidrišta, moraju imati opremu za siguran privez i označene izgrađene vezove, protupožarnu opremu, rasvjetu i lučku rasvjetu i oznake.

Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma, luke nautičkog turizma razvrstavaju se u sljedeće vrste:

1. sidrište,
2. privezište,
3. suha marina,
4. marina.

Sidrište se smatra dio vodenog prostora opremljen plutačama za privez plovila u uvali zaštićenoj od nevremena²⁴. Sidrište kao poseban minimalan tehnički uvjet mora imati plutače za privez i jedan interventan privez.

Privezište se smatra kao izdvojeno lučko područje koje je opremljeno za sigurno vezanje plovila²⁵. Privezište kao poseban minimalan tehnički uvjet mora imati: priključak električne struje od 220 V na svakih 20 vezova, priključak za higijenski ispravnu vodu na svakih 20 vezova, trgovinu živim namirnicama ne dalje od 500 metara te jednu zahodsku grupu na svakih 50 vezova.

²² Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009. – 2019., Zagreb, 2008., str. 4.

²³ Dulčić, A, op. cit., str. 174.

²⁴ Loc. cit.

²⁵ Hrvatsko pomorsko dobro, www.pomorskodobro.com (pristupljeno 01. rujan 2016.)

Suha marina je dio obale ili kopna posebno ograđen i uređen za pružanje usluga transporta plovnog objekta u vodeni prostor i iz njega do suhe marine²⁶. Posebni uvjeti za suhe marine regulirani su Pravilnikom o suhim marinama, a to su: ograđen i osvijetljen prostor za smještaj plovila; recepcija/portirnica za prihvrat plovnih objekata s potrebnom opremom za poslovanje i održavanje suhe marine; čuvarska služba 24 sata dnevno; stalci za plovne objekte na suhom; organizirana služba za transport plovnih objekata; osigurana mogućnost spuštanja plovila na vodenu površinu i podizanje iz vode; vrijedeća polica osiguranja za plovne objekte od rizika krađe i oštećenja dok se nalaze u marini; priključak na električnu mrežu od 220 V na svakih 20 plovnih objekata; priključak na higijenski ispravnu vodu na svakih 50 plovnih objekata te barem jedna skupina prostorija za osobnu higijenu turista nautičara na svakih 100 plovnih objekata.

Marina je dio vodenog prostora i obale posebno izgrađene i uređene za pružanje usluga veza i čuvanja plovnih objekata, te smještaj turista – nautičara, u plovnim objektima odnosno u smještajnim objektima marine. Marine se kategoriziraju u više kategorija prema kvaliteti usluga²⁷. U Hrvatskoj se marine kategoriziraju u tri kategorije: kategorija I označava marinu najvišeg standarda i ima 5 zvjezdica, kategorija II označava marinu srednjeg standarda i ima 4 zvjezdice, te kategorija III koja označava marinu najnižeg standarda i ima 3 zvjezdice. Svaka nautička luka koja se deklarira kao marina mora zadovoljiti sljedeće osnovne tehničke uvjete: priključak električne struje 220 V na svakih 20 vezova; priključak za higijenski ispravnu vodu na svakih 20 vezova; uređaj za dizanje od najmanje 50 kn; servisnu radionicu za intervencije na plovilima, trgovinu živežnim namirnicama ne dalje od 500 metara; prostor za odlaganje brodova na kopnu; najmanje jednu zahodsku grupu i tuš kabinu s toplom vodom na svakih 50 vezova; VHF pomorsku radio – stanicu; opremu ili pribor za pružanje prve pomoći; restoran ne dalje od 500 metara; dnevni meteorološki izvještaj; parkiralište za automobile najmanje 50% od broja vezova (osim područja koja nemaju promet automobila); spust za prikolice; radni čamac; čuvarsku službu 0-20 sati; telefon za javnu upotrebu; opremu za sprečavanje širenja zagađenja mora; mjenjačnicu; recepcijsku službu te opskrbu plinom.

Prema stupnju opremljenosti, marine se mogu podijeliti na²⁸:

- standardne marine, s osnovnom udobnošću,
- luksuzne marine, koje imaju visok stupanj udobnosti,

²⁶ Luković, T., Bilić, M.: Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnog razvoja, „Naše more“, vol. 54, no. 3-4, 2007, str. 114.

²⁷ Dulčić, A, op. cit., str. 174.

²⁸ Luković, T., Bilić, M., op. cit., str. 116.

- rekreacijske, s mogućnošću korištenja sportsko – rekreacijskih i zabavnih sadržaja.

Prema tipovima gradnje marine se razvrstavaju na²⁹:

- Američki tip marine koji je karakterističan po jednostavnoj, kvalitetnoj i relativno jeftinoj izgradnji, funkcionalnom razmještaju sadržaja, dobroj opremljenosti i učinkovitoj organizaciji poslovanja,
- Atlantski tip marine koji u arhitektonskom smislu nema jedinstven tip izgradnje, slabije je opremljen i u prosjeku ima manji kapacitet od američkoga tipa. Stilovi izgradnje ovise o područjima, a mogu biti stupnjeviti, visoki, piramidalni i ambijentalni;
- Mediteranski tip marine koji karakteriziraju relativno manje kopnene površine s čvrstom gradnjom infrastrukturnih objekata. Ovi tipovi vezani su uz turističko naselje ili su njegov dio. Posjeduju ograničen broj vezova i namijenjeni su pretežno gostima u ljetnoj sezoni koji kraće borave u luci.

S obzirom na položaj akvatorija prema kopnenom okružju, četiri su temeljna tipa marina³⁰:

- otvoreni,
- poluuvučeni,
- uvučeni,
- potpuno uvučeni.

Prema vlasništvu marina može biti³¹:

- o privatna,
- o komunalna,
- o javna.

Prema lokaciji marine razlikujemo³²:

- o morske,

²⁹ Luković, T., Bilić, M., op. cit., str. 116.

³⁰ Ibidem, str. 117.

³¹ Ibidem, str. 118.

³² Loc. cit.

- o jezerske,
- o riječne,
- o kanalske.

3. FAKTORI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA

Nautički turizam je danas postao turistički standard porastom srednje i visoke klase ciljnih skupina turista, kojima obične turističke ponude nisu mogle zadovoljiti njihove potrebe. Nautički turizam je najperspektivniji i najprofitabilniji turistički proizvod. Budući da je on specifičan selektivni oblik turizma, na njegov razvoj utječu brojni faktori, bez kojih nautička turistička ponuda ne bi bila moguća. U trećem poglavlju bit će opisani faktori razvoja nautičkog turizma, a ti faktori su prirodni, tržišni, ekonomski i normativni. Svaki od navedenih faktora bit će objašnjen u nastavku.

3.1. Prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma

Prirodni resursi koji utječu na razvoj nautičkog turizma vezani su uz prirodni element vode, za prostore koje ispunjavaju vodene površine, kao i za klimatske uvjete koji pogoduju tim prostorima. Obilježja prirodnih resursa nautičkog turizma su specifična s obzirom na karakter vodenih površina: mora, rijeka i jezera.

More predstavlja obalni prostor koji je najznačajniji element za razvoj nautičkog turizma³³. Riječni tokovi su područja nautičkog interesa jer se nautički turizam i njegove aktivnosti primjenjuju i na riječnim tokovima. Te predstavljaju veliki potencijal pojedinih prostora, a značajni za razvoj izletničkog, stacionarnog i atraktivnog turizma – na riječnim tokovima se nautičarima zbog avanture atraktivnost plovidbe povećava. Jezera su po svom morfološkom sastavu tektonska, glacijalna i umjetna, a osim svoje morfološke atraktivnosti, ona nude rekreacijsko – nautičke i sportsko manifestacije, poput podvodne orijentacije, veslačke i jedriličarske regate i slično.

Prirodno – resursnu osnovu razvitka nautičkog turizma formiraju sljedeće karakteristike³⁴:

³³ Dulčić, A., op. cit., str. 35.

³⁴ Ibidem, str. 36.

1. prirodno – geomorfološke forme kao što su: reljef priobalnog prostora – morskog, riječnog ili jezerskog
2. hidrografski elementi, odnosno fizičke, termalne i kemijske osobine vode
3. klimatske osobine podneblja, poglavito temperatura zraka, oborine, vjetrovi, insolacija, vlažnost zraka i oblačnost.

Reljef priobalnog prostora je važan prirodni faktor razvoja nautičkog turizma, odnosno on je privlačan element nautičko – turističkog boravka. Osim reljefa prostora, važna je i hidrografija za razvoj nautičkog turizma, a ona uključuje sljedeće osobine vode: fizičke (valovi, morska struja, plima, oseka), termičke (temperatura vode, providnost i struja) te kemijske (kemijski sastav i salinitet). Klima je sljedeći prirodni faktor razvoja nautičkog turizma jer o klimatskim elementima ovisi plovidba, boravak turista i njihove rekreacijske aktivnosti na vodenim površinama.

S ekonomskog stajališta, prirodni uvjeti razvoja nautičkog turizma su svi oni uvjeti koji mogu zadovoljiti turističke potrebe. Najbolji primjer toga je more i obala jer oni predstavljaju prirodnu osnovu razvoja nautičkog turizma.

Prirodni faktori nekog područja predstavljaju osnovu za razvoj nautičkog turizma jer bez vodenih površina, obale i klimatskih uvjeta na tim područjima ne bi bilo ni nautičke turističke ponude neke zemlje. Zato zemlje koje su bogate vodenim površinama imaju veliki turistički potencijal za ponudu nautičkih usluga, koje mogu doprinijeti većem razvoju njihova turističkog sektora.

3.2. Tržišni uvjeti razvoja nautičkog turizma

Tržište nautičkih usluga ima velik značaj za razvoj nautičkog turizma. Na turističkom tržištu se odlučuje što, kako i za koga će se proizvoditi, a nautička ponuda na turističkom tržištu je specifična jer je namijenjena ciljnoj skupini turista koji su isključivo zainteresirani za konzumiranje nautičkih turističkih usluga.

U formiranju tržišnih uvjeta nautičkog turizma važne su nautička ponuda i potražnja. Nautička turistička potražnja može se definirati kao ona količina turističkih roba i usluga koju su nautički turisti spremni kupiti da bi zadovoljili potrebe boravka na plovilu i održavanja plovnog objekta, uz određeni nivo cijena³⁵. Ova potražnja nije homogeni segment ukupne nacionalne ili međunarodne potražnje, već

³⁵Dulčić, A., op. cit., str. 56.

ona u sebi obuhvaća niz posebnih skupina nautičkih turista koji čine upravo tu potražnju. Nautička potražnja formira se utjecajem različitih ekonomskih, prometnih kulturoloških i inih faktora³⁶ - nautičku potražnju predstavljaju turisti nautičari koji žele kupiti plovila ili nautičke turističke aranžmane. Nautička turistička ponuda se oblikuje na način da se zadovolje raznovrsne potrebe turista nautičara, da se stvori nova turistička vrijednost i tako ostvari razvoj nautičkog turizma – ponuda obuhvaća ponudu nautičkih turističkih usluga koje nautička potražnja kupuje.

Nautički turisti, kao ciljna skupina nautičkog turizma su subjekti nautičkog turističkog prometa i jedan su od glavnih segmenata tržišnih uvjeta razvoja nautičkog turizma. Oni su, kao nositelji nautičke potražnje, vrlo heterogena skupina u pogledu fizičkih, socijalnih, nacionalnih, kulturnih i ekonomskih karakteristika te u pogledu uporabe plovnih sredstava i objekata za smještaj³⁷. Nautički turisti se mogu segmentirati prema dva kriterija: fizičke osobine, poput starosti i spola te socijalne osobine poput socijalne strukture turista.

Tržišni uvjeti, poput nautičke ponude, potražnje i nautičkih turista čine nautički turizam jednim od najekspanzivnijih oblika maritimnog turizma. Ovi uvjeti doprinose ekspanzivnom razvoju nautičkog turizma te čine da nautički turizam prednjači na turističkom tržištu u odnosu na druge oblike turizma. Tržišni uvjeti su danas ključni faktor razvoja nautičkog turizma jer upravo oni formiraju nautičku ponudu i potražnju za nautičkim uslugama.

3.3. Ekonomski uvjeti razvoja nautičkog turizma

Ekonomski učinci razvoja nautičkog turizma, u funkciji proizvodnje nautičkih turističkih usluga su³⁸: rentni učinak koji se temelji na eksploataciji prirodnih dobara te eksternalije koje se temelje na činjenici da prirodno dobro uporabom mijenja kvalitetu što može štetiti drugim korisnicima. Rentu koju generiraju prirodni faktori u turističkoj uporabi se može koncipirati kao turističku rentu, odnosno korištenje prirodnog pomorskog dobra koji je potencijalni izvor rentnog dohotka. Eksternalije, su za razliku od turističke rente, posljedice turističkog razvoja koje se dijele na one koje se događaju na

³⁶ Dulčić, A., op. cit., str. 55.

³⁷ Ibidem, str. 58.

³⁸ Ibidem, str. 95.

tržištu (uspješno se kontroliraju posredstvom tržišta) te na one koje se događaju mimo tržišta (tržište ih ne uspijeva efikasno regulirati).

Sa stajališta ekonomskih uvjeta za razvoj nautičkog turizma, potrebno je sagledati ukupni gospodarski razvoj zemlje jer se razvoj nautičkog turizma temelji na razvoju industrijskog sektora i servisa te proizvodnje plovila i opreme. Tako nautički turizam dobiva značaj za nacionalno gospodarstvo prema mjeri svog doprinosa ostvarenju temeljnih ciljeva razvitka zemlje.

4. EUROPSKI CENTRI RAZVOJA NAUTIČKOG TURIZMA – ODABRANE ZEMLJE

Značaj nautičkog turizma za Europu je vrlo velik te je vezan za posebnosti sadržaja nautičke turističke ponude Sredozemlja. U Europi je primjena nautičkog turizma vrlo značajna jer on ima status mobilnog karaktera te je vezan uz plovidbu i rekreaciju, posebice krstarenja Sredozemljem. Značaj je Europe u nautičkom turizmu što ona ovom obliku turizma može ponuditi stacionarnu komponentu, koju čine primarni receptivni kapaciteti, odnosno luke nautičkog turizma, suhi vezovi, brodogradilišta, parkirališta, trgovinski opskrbeni i turističko-ugostiteljski objekti, te proizvodni i proizvodno-uslužni kapaciteti³⁹. Ovdje se u nautičkoj ponudi Europe mogu nabrojati i dopunski kapaciteti, a to su tereni za sport i rekreaciju te prometni kapaciteti, koji povezuju kopno s vodenim površinama.

Europska nautička ponuda je specifična te ima sljedeće temeljne karakteristike: aktivno kretanje, masovnu pojavu, relativnu samostalnost, sezonalnost, veći radijus kretanja, visoke ekonomske efekte, visoko vrijednu infrastrukturu, vezu s drugim aktivnostima, turističko putovanje te veću potrošnju.

Budući da je Europa središte svjetskog turizma i najveće receptivno i emitivno turističko tržište, tako je i nautički turizam jedan od najrazvijenijih oblika u Europi. Europa je bogata vodenim površinama te je, kao kontinent, vodeća svjetska turistička destinacija. Zato je nautički turizam jedan od najjačih turističkih segmenata u Europi. Nautički turizam, kao selektivni oblik turizam, sve više zauzima mjesto u ukupnom turističkom prometu Europe te doprinosi vodećoj ulozi europskog turizma u svijetu.

Europa je bogata lukama nautičkog turizma koje prihvaćaju različita plovila te mnoge zemlje, poput Španjolske, Portugala, Engleske, Italije, Grčke, Turske i drugih imaju prihvatne centre za plovila. Sve mediteranske zemlje Europe su vezane uz Sredozemno more, kojima ono predstavlja životnu egzistenciju, pa stoga i ove zemlje imaju resurse i infrastrukturu koja je potrebna da bi se nautički turizam razvio.

Važnije luke i prihvatilišta brodova na zapadnoj obali Mediterana nalaze se u Portugalu i Španjolskoj. Ove dvije zemlje povezuju kružna putovanja oceanskog tipa s mediteranskim rutama. Najveća nautička središta Španjolske nalaze se u Barceloni i Valenciji, gradovima na obali, dok Portugal ima snažne nautičke baze na Azorima i Castelu Brancu. Španjolska posjeduje morsku obalu dužine 4 964 kilometara, a Portugal 1 793 kilometara.

³⁹ Gračan, D. i Radnić, R., Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma, Pomorski zbornik, vol.41, no. 1, 2003, str. 310.

U Gibraltaru se nalazi čak nekoliko nautičkih centara koje su uspostavili Englezi za prihvati i opskrbu svojih plovnih jedinica. Danas stoje na usluzi svim nautičarima. U tim nautičkim centrima može se dobiti svaka usluga vezana za svaku vrstu plovila.

S druge strane obala tih dviju pomorskih zemalja nalaze se nautički centri u Tunisu, Alžiru i Maroku. Zbog velikog nemara, neorganiziranosti i korupcije svim ozbiljnim nautičarima savjetuje se da ih izbjegavaju.

Francuska je putem nekoliko velikih luka, posebice Marseillea, sposobna nautičaru pružiti svaku uslugu i opskrbu koja mu je potrebna. Dužina morske granice je 3 427 kilometara. Sve marine i lučke instalacije su pod strogom kontrolom države, pa je stoga kvaliteta radova zagarantirana. Iz Marseillesa se organiziraju kružna putovanja Mediteranom, ali i velika putovanja prema drugim kontinentima. U Marseillesu se nalazi jedan od najvećih mediteranskih centara nautičkog turizma, a uz to djeluju nautičke baze u Lionu, Nici i Le Havreu.

Italija je sa svojim lukama i marina koje se protežu sve od Tirenskog do Jadranskog mora, pomorska sila velikog formata. Italija posjeduje veliki broj plovnih jedinica, te se u njezinim nautičkim centrima može obaviti svaki popravak plovnog objekta i dobiti svaku traženu uslugu. Iz Genove, Venecije i drugim pomorskih gradova može se ostvariti prijevoz brodom u bilo koji dio svijeta. Italija posjeduje snažnu pomorsku flotu uz jako veliki broj privatnih plovila za osobna putovanja. Dužina morske obale iznosi 4 996 kilometara. Jedne od važnijih nautičkih baza Italije nalaze se u Veneciji, Genovi, Trstu, Napulju, te na Sardiniji i Siciliji.

Malta i Cipar također su dvije pomorske luke sa razvijenim nautičkim turizmom. U ovim dvjema zemljama, posebno u luci La Valeta, može se obaviti popravak ako zatreba, ali i dobiti sva potrebna opskrba za plovila. Malta i Cipar stalno su pristajalište za sva kružna putovanja u mediteranskom akvatoriju. One su posebno istaknute po povijesno kulturnim ostavštinama.

Grčka je od davnina poznata kao pomorska zemlja. Skoro svako mjesto uz obalu posjeduje svoje pristanište. Marina i drugih nautičkih centara ima svakih pedesetak kilometara. Najpoznatiji nautički centri nalaze se u Pireju, gdje se može dobiti svaka potrebna usluga za nautičare. Uz veliku povijesno kulturnu baštinu i vrijednosti mogu se iznajmiti plovila svake vrste te ploviti otočkim akvatorijem. Dužina morske obale Grčke je 13 676 kilometara. Važnije nautičke baze nalaze se u Ateni, Solunu, Janini, Patrasu i Pireju.

Slovenija iako pretežito planinska zemlja, na svojoj dužinski kratkoj obali, razvila je solidne nautičke kapacitete suvremenih opredjeljenja. Uz to razvija i proizvodnju malih plovila nekoliko vrsta. Njeguje i razvija razne manifestacije vezane uz nautički sport. Korištenjem svoje obale u cilju razvoja

nautičkog turizma svrstava se u sam vrh svjetskog nautičarstva. Slovenija posjeduje morsku obalu dužine 32 kilometra. Važnije nautičke baze nalaze se u Piranu i Kopru.

Europa je bogata prirodnim resursima te ima dugu turističku tradiciju, pa budući trendovi razvoja nautičkog turizma u Europi imaju pozitivne i kontinuirane tendencije. Europske mediteranske zemlje posjeduju kvalitetne resurse za razvoj nautičkog turizma i za stvaranje konkurentnosti nautičke turističke ponude, pa je nautički turizam u Europi konkurentan turistički proizvod.

U nastavku će biti prikazan nautički turizam odabranih zemalja u Europi, kao europskih centara nautičkog turizma.

4.1. Nautički turizam Španjolske

Španjolska je zemlja koja ima više od 46 milijuna stanovnika te je kao cijela zemlja omeđena vodenom površinom. Obalni dio Španjolske s jedne strane okružuje Sredozemno more, a s druge strane Atlantski ocean. Upravo na tim obalnim područjima smješteni su urbani gradski centri bogati marinama i lukama nautičkog turizma, koji su razmješteni u svakoj značajnijoj uvali i mjestu. Marine se protežu od marine u malom mjestu Port Bou koja graniči s Francuskom, pa sve do Gibraltara. Španjolska ima bogate nautičke kapacitete koji su ispod nautičke turističke potražnje, pa se kontinuirano grade nove marine i luke nautičkog turizma ili se podiže kvaliteta usluga u postojećim marinama i lukama nautičkog turizma.

Velike marine su smještene u velikim gradovima Španjolske, a najznačajnija marina je „Port Ginesta“, koja je smještena nedaleko od Barcelone, a budući da je opremljena sa više od 1.000 vezova, primjer je bogate i dobro opremljene marine sa visokom kvalitetom usluge te pruža sve sadržaje potrebne za boravak nautičara.

Najveća marina u Španjolskoj je „Empuriabrava“ (provincija Girona, Catalonia), koja ima 5000 vezova od čega čak 700 vezova za mega jahte iznad 26 metara dužine. Ova je marina specifičan primjer

grada za odmor, „holiday town“, koji se proteže na 23 kilometra obale. Marina je centralno mjesto grada i sustavom kanala ulazi duboko u njega.⁴⁰

2002. godine je Španjolska imala ukupno 342 marine, od toga za nautički turizam 278 marina s 86 859 vezova. Veliki preokret u razvoju marina dogodio se 2004. godine kada je u Španjolskoj evidentirana 281 marina i 245 kategoriziranih marina za nautički turizam s 80 061 vezom. Taj preokret rezultat je povezivanja nekih marina, čime je umanjen ukupan broj marina⁴¹.

U Španjolskoj je danas prisutan trend okrupnjavanja marina, što predstavlja novi model organizacije nautičkog turizma, a razlog je tomu što u španjolske marine dolaze velike jahte s Atlantika mnogo više nego u bilo koju drugu zemlju. Ovaj proces reorganizacije marina rezultirao je na način da se smanjio broj vezova u korist vezova za velike jahte.

Sukladno navedenome, nautički turizam zauzima posebno mjesto u turističkom sektoru Španjolske te njegova strategija razvoja ima potporu španjolske vlade, koja je pomogla da nautički turizam u Španjolskoj postane i ostane društveno održiv.

4.2. Nautički turizam Francuske

Francuska je druga svjetska turistička velesila te je zemlja bogata vodenim površinama. Ima 60 milijuna stanovnika te svjetski poznate turističke destinacije sa najvećim stopama posjećenosti u svijetu. Dužina njezine obale je 1.700 kilometara, a obala je omeđena s jedne strane Sredozemnim morem, a s druge strane Atlantskim oceanom. Najpoznatija obalna turistička destinacija Francuske je Azurna obala, koja je poznata kao okupljalište svjetskog elitnog društva te kao destinacija ima znak statusa.

Nautički turizam Francuske je najrazvijeniji na Azurnoj obali. Vrlo je snažan i svojim kapacitetima ima dominaciju na Sredozemlju. 2004. je u Francuskoj bilo 325 marina, odnosno 311 kategoriziranih marina s 182.895 vezova, što čini Francusku najvećom nautičkom silom u Europi. . Na

⁴⁰ Luković, T. i Šamanović, J.: Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograph, Zagreb, 2007., str. 268.

⁴¹ Ibidem, str. 267.

obali Sredozemlja Francuska ima 113 marina, odnosno 99 kategoriziranih marina za nautički turizam s 64 530 vezova⁴².

Vrlo ekspanzivan turizam Francuske daje njezinu nautičkom turizmu poseban značaj, ali je razvoj nautičkog turizma uklopljen u ukupnu turističku ponudu Francuske. Nautička potražnja je u Francuskoj dvostruko veća od postojećih kapaciteta, a politiku razvoja nautičkog turizma kreiraju velike turističke korporacije. Može se stoga reći da je nautički turizam Francuske podređen krupnom investicijskom kapitalu, kao i korporacijskim interesima. Stoga se država, kao javno tijelo, treba pobrinuti da razvoj nautičkog turizma dosegne zadovoljavajuće društvene i turističke koristi.

4.3. Nautički turizam Italije

Italija je kolijevka drevne civilizacije te su već u starom Rimu ljudi putovali morem. Ova zemlja je sjedište europske kulture te kao takva je vrlo značajna za turizam Europe. Obalni pojas zemlje okružuju tri mora, Jadransko, Tirensko i Jonsko. Budući da je ovo maritimna zemlja sa bogatim prirodnim vodenim resursima, ona ima najviše turističkog potencijala za razvoj nautičkog turizma u Europi. Njena obala duha je 85.000 kilometara, međutim, po broj marina nije vodeća europska sila u nautičkom turizmu.

Italija je treća svjetska turistička velesila te kao takva razvija nautički turizam sa visokim godišnjim stopama rasta. U odnosu na postojeće nautičke kapacitete (marine i luke nautičkog turizma) u Italiji je potražnja za nautičkim uslugama dvostruko veća.

Italija je uvela brojne zakonske promjene koje se odnose na nautički turizam, što je pojednostavilo procese gradnje nautičke infrastrukture, međutim, to još uvijek nije dovoljno. Stoga Italija intenzivno radi na razvoju svoga zakonodavstva vezanog za nautički turizam. Italija je Mediteranska zemlja s najviše marina 1 396, od čega za nautički turizam koristi 478 kategoriziranih marina s 167 875 vezova, prema podatku za 2004. godinu⁴³.

Italija je specifična u svome razvoju jer se njezina sjeverna i južna regija razvijaju različitim tempom, pa je i politika razvoja u Italiji razjedinjena, odnosno nije uklopljena u strateški plan razvoja cijele zemlje. Nautički turizam Italije svoj razvoj još uvijek temelji na povijesnoj baštini njezinih gradova,

⁴² Ibidem, str. 269.

⁴³ Luković, T., Šamanović, J., op. cit., str. 272.

a posebice se razvija u srednjem i južnom dijelu Italije zbog izgradnje kvalitetnih prometnica koje povezuju dva mora – Jadransko i Sredozemno.

Na južnom dijelu Italije, posebice na otocima Siciliji i Sardiniji je nautički turizam pokretač razvoja jer iza njega stoji jak turistički imidž Italije. Na tim otocima grade se svjetski prestižne marine radi imidža zemlje, a ne radi njihove ljepote i opremljenosti.

4.4. Nautički turizam Grčke

Grčka je zemlja koju omeđuju dva mora – Egejsko i Jonsko. U povijesti je bila prilično razvijena te je jedna od kolijevki razvoja europske kulture. U njoj se stvorila demokracija u Sokratovoj, Platonovoj i Aristotelovoj školi 400 godina prije Krista.

Grčka u Europi ima najviše razvedenu obalu dugu 13.676 kilometara te ima 3.100 otoka. Ova zemlja je cestovno odsječena od Europe. U svijetu je po razvoju turizma šesnaesta u svijetu, što ju pozicionira među sam vrh svjetskih turističkih velesila. Međutim, zbog slabog razvoja prometne infrastrukture zemlja je osuđena na djelomičnu turističku izolaciju. Grčka je turistički tranzitna zemlja. Nautički kapaciteti ove zemlje daleko su ispod potražnje pa nautičari dolaze pretežito svojim automobilima.

Što se tiče kapaciteta nautičkog turizma, Grčka ima 63 marine s 12.797 vezova. Svojim legislativnim sustavom, koji je u izgradnji, Grčka pokušava postaviti osnovni model makro razvoja⁴⁴.

U Grčkoj su marine specifične, budući da imaju svoje vlasnike, a to je Ministarstvo turizma, koje ujedno i kreira politiku razvoja i gradnje marina. U razvoju nautičkog turizma Grčke pristupilo se procesu privatizacije, koja predstavlja osnovnu gospodarsku odrednicu razvoja nautičkog turizma. Stoga je nautički turizam Grčke dio njezine bogate turističke ponude jer zemlja svoju politiku razvoja temelji na bogatim kulturnim znamenitostima. Ipak, opremljenost nautičkih kapaciteta u Grčkoj nije na visokoj razini, pa je potrebno uložiti dodatne napore u budućnost nautičkih kapaciteta ove zemlje.

⁴⁴ Luković, T., Šamanović, J., op. cit., str. 274.

5. NAUTIČKI TURIZAM U HRVATSKOJ

Hrvatska je mala mediteranska zemlja u srcu Europe, koja je bogata prirodnim vodenim resursima, kako na obalnom području, tako i u svom kontinentalnom dijelu. Ova maritimna zemlja, iako po gospodarskom razvoju srednjeg razvoja, ima velike potencijale za razvoj nautičkog turizma. Budući da je u zapadnim zemljama Europe nautički turizam dobio status suvremene turističke atrakcije, i Hrvatska paralelno prati te trendove. Stoga u Hrvatskoj nautički turizam postaje oblik turizma od posebnog interesa koji uvelike doprinosi razvoju gospodarstva. Ova grana turizma je u Hrvatskoj novija pojava, kojoj se okreće ciljna skupina turista koji imaju potrebu putovati vodenim površinama iz zabave.

U Hrvatskoj je područje nautičkog turizma regulirano zakonima i pravilnicima, odnosno Zakonom o turističkoj djelatnosti⁴⁵ te Zakonom o pružanju usluga u turizmu⁴⁶. Naši zakoni prikazuju nautički turizam kao vrstu turizma koja obuhvaća boravak turista na plovilima za razonodu, sport i rekreaciju te boravak u lukama nautičkog turizma, odnosno u marinama te s time povezanim aktivnostima⁴⁷.

Hrvatska ima izuzetno povoljne uvjete za razvoj nautičkog turizma, od kojih se ističu prirodni, kao što su: razvedena obala i mnogobrojni otoci, pogodni uvjeti za rekreativnu plovidbu u pretežnom dijelu godine, čisto i toplo more, raznolikost i slikovitost krajolika i naselja te postojeća nautička infrastruktura, ali i prometni uvjeti, od kojih je najvažnija relativna blizina glavnih emitivnih tržišta, nove i kvalitetne cestovne prometnice, mnogobrojne morske luke u kojima se može obaviti formalnost ulaska i izlaska iz zemlje te duž obale dobro raspoređene međunarodne zračne luke⁴⁸. Zbog svih ovih potencijala potražnja za nautičkim turizmom u Hrvatskoj kontinuirano raste sa pozitivnim budućim trendovima na turističkom tržištu.

Nautički turizam u Hrvatskoj ostvaruje velik dio dohotka iz inozemstva putem nevidljivog izvoza te na taj način privlači mnoge inozemne turiste u našu zemlju. Ciljna skupina nautičkih turista u Hrvatskoj su turisti niže platežne moći koji koriste nautičke turističke usluge u vidu skijanja na vodi, surfanja i laganih plovila, turisti srednje platežne moći koji koriste jedrilice i glisere te turisti veće platežne moći koji koriste jahte i veće brodove. Mnogi od tih turista borave u lukama nautičkog turizma u Hrvatskoj – u stacionaru i u tranzitu. Nautički turizam u Hrvatskoj kontinuirano doživljava svoj uspon, te se njime potiče izgradnja nautičke infrastrukture, koja se proteže duž cijele Hrvatske obale.

⁴⁵ Zakon o turističkoj djelatnosti, Narodne novine, br. 08/96.

⁴⁶ Zakon o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine, br. 68/07., 88/10., 30/14., 89/14., 152/14.

⁴⁷ Čorak, S., Mikačić, V.: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 41.

⁴⁸ Ibidem, str. 40.

Hrvatski otoci imaju velik utjecaj na razvoj nautičkog turizma. Na njima se sve više grade luke nautičkog turizma, marine i prihvatni centri za brodove, čime se doprinosi otvaranju novih radnih mjesta, povećanju nautičkog turističkog prometa, kao i veći broj dolazaka turista nautičara na hrvatske otoke.

Turisti nautičari imaju vrlo jake motive za izbor Hrvatske kao nautičke destinacije. Oni posjećuju Hrvatsku zbog povoljnog položaja zemlje, bogatih prirodnih resursa, čistog mora, razvedene obale, brojnih otoka koji obiluju bogatom florom i faunom te zbog ugodne mediteranske klime. Osim pogodnosti nautičkog turizma, važno je istaknuti i njegove negativne učinke – glavni problemi su zbrinjavanje otpada u marinama i otpada s brodova na sidrištima. Zato su zaštita i očuvanje prirodnih resursa bitan faktor za daljnji razvoj nautičkog turizma. Još jedan problem razvoja nautičkog turizma je manjak vezova u lukama nautičkog turizma te skromna ponuda sadržaja u marinama. Stoga se mora uložiti dodatni napor da bi nautički turizam Hrvatske dosegao standard zapadnih europskih zemalja.

U nastavku će biti prikazan povijesni razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj, nautička ponuda i potražnja u Hrvatskoj, očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma, konkurentnost hrvatskog nautičkog turizma, SWOT analiza te budući trendovi razvoja hrvatskog nautičkog turizma.

5.1. Povijesni razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj

Iako je već dugo vremena na ekonomskom planu, s obzirom na njegovu polifunkcionalnost i velik broj usluga, nautički turizam djelatnost od posebnog gospodarskog interesa, u Hrvatskoj je ovaj oblik turizma bio dugo zanemarivan i bez razloga osporavan. Ovaj oblik turizma je pojava koja je u prošlosti na ekonomskom planu najpotpunije obilježila svjetske turističke trendove proizašle iz globalnog procesa litoralizacije⁴⁹.

Iako je nautički turizam hrvatske suvremeni turistički proizvod, kao temelj njegova začetka u Hrvatskoj može se smatrati 1844. godina jer je tada prvi put uspostavljena pomorska linija Trst – Rijeka u izletničke svrhe. Budući da je tih godina organiziran i izlet na relaciji Trst – Dubrovnik, povezivajući pomorski tako dvije zemlje, te izletničke linije stvorile su začetke nautičkog turizma u Hrvatskoj.

⁴⁹ Bartoluci, M., Čavlek, N.: Turizam i sport – razvojni aspekti, Školska knjiga, Zagreb, 2007., str. 205.

Iako je plovidba bila od povijesnog doba velika čovjekova potreba, nautički turizam se u Hrvatskoj kao rekreativno – dokoličarska aktivnost počinje razvijati u drugoj polovini 20. Stoljeća te postaje sve popularniji oblik provođenja odmora⁵⁰. Razvojni put nautičkog turizma na hrvatskoj obali započinje prije Drugog svjetskog rata, kada su se nautičari koristili uslugama obalnih i otočnih luka. Prvi zamjetniji rast nautičkog turizma u Hrvatskoj zapaža se 1960. – tih godina, kada se u sklopu projekata „Južni Jadran“ i „Gornji Jadran“ izrađuju planovi za izgradnju luka namijenjenih isključivo nautičkim turistima. Tada se počinju graditi i marine te luke nautičkog turizma – 1960 – tih godina su sagrađene četiri marine koje su sadržavale 150 vezova, a te marine zabilježile su posjetu više od 1.600 plovila⁵¹. Većina današnjih marina i udruga nautičara osniva se 80-ih godina prošlog stoljeća što izrazito povećava popularnost nautičkog turizma⁵². Razvoj nautičkog turizma nakon Drugog svjetskog rata su posebice potaknuli inozemni turisti koji su tada posjećivali male hrvatske luke.

Daljnji razvoj nautičkog turizma Hrvatske odvijao se dvojako. Prvi učinak razvoja vidljiv je iz 1965. godine, kada je na otoku Krku na Puntu u brodogradilištu definirano čuvanje i servisiranje plovila. Drugi učinak obilježio je osnivanje ACI – a (Adriatic Croatia International Club) 1983. godine. Ovaj klub osnovalo je 69 članica, koje su financirale i ulagale u izgradnju nautičkih objekata u Hrvatskoj. ACI je formiran na način da se izgradila 21 marina u Hrvatskoj, pa je hrvatski nautički turizam počeo polako dobivati značajan tržišni status na europskom turističkom tržištu.

Nakon osnivanja ACI – a, 1975. Godine je izgrađeno pet specijaliziranih i opremljenih marina u Puntu, Malom Lošnju, Zadru, Splitu i Dubrovniku. Nakon toga, sve do kraja 1980 – tih, povećavala se izgradnja marina u Hrvatskoj te krajem 1980 – tih Hrvatska bilježi 35 marina, s ukupno 8.650 vezova u moru. U Hrvatskoj je 1980. bilo 12 luka nautičkog turizma s 2.131 vezova, a 2000. ih je bilo 60 sa 12.863 vezova⁵³.

Domovinski rat i agresija na Hrvatsku značajno su usporili razvoj nautičkog turizma jer su njegove ranije stope rasta iznosile 14% godišnje, a nakon rata one su počele opadati. Nastojeći potaknuti oporavak nautičkog turizma u Hrvatskoj, 1991.g. je osnovana Udruga hrvatskih marina, a 2001. Udruženje nautičkog turizma pri Hrvatskoj gospodarskoj komori, čiji je glavni zadatak bio praćenje nautičkog turizma i efikasnije rješavanje njegove problematike⁵⁴. Unatoč tome, oporavak

⁵⁰ Čorak, S., Mikačić, V., op. cit., str. 42.

⁵¹ Luković, T., Šamanović, J., op. cit., str. 185.

⁵² Jugović, A. et al.: Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije, Pomorski zbornik br. 47 – 48, 2013., str. 62.

⁵³ Statistički ljetopisi za 1992. i 2001. godinu, Državni zavod za statistiku, 1992. i 2001., str. 383-385.

⁵⁴ Čorak, S., Mikačić, V., op. cit., str. 42.

nautičkog turizma je zbog rata tekao sporo pa su neke marine u Hrvatskoj bile svega 50% iskorištenih kapaciteta.

Shodno prikazanom povijesnom razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj, njegov razvoj obilježavaju tri karakteristična razdoblja⁵⁵:

- Razdoblje do 1984. godine koje obilježavaju pojedinačne inicijative na malom broju lokacija i bez oblikovanja sustavne nautičke turističke ponude,
- Razdoblje od 1984. – 1993. godine koje obilježava uvođenje planskog razvoja i formiranja nautičke turističke ponude te
- Razdoblje od 1993. do danas koje obilježava pretvorba vlasništva, odnosno privatizacija marina.

Danas je proces privatizacije marina u Hrvatskoj prisutan u svim njezinim područjima koja su povezana s funkcioniranjem nautičkog turizma. Tu najveću ulogu ima ACI, kao sustav marina posebne namjene jer danas ACI u svom sastavu, od ukupno 51 marine u Hrvatskoj, u svom vlasništvu ima 21 marinu sa 6.000 vezova. Nautički turizam je u Hrvatskoj danas razvijen u obalnim područjima te ostvaruje velike tržišne prednosti – ima dobru materijalnu osnovu, prostorni ambijent te urbana naselja sa lukama nautičkog turizma.

Sve većoj popularnosti i razvitku pridonosi liberalizacija vezana za uplovljavanje stranih jahti u naše turističke luke, te nautički turizam u Hrvatskoj dobiva svoj legitimitet. Sve ovo je dobar antropogeni potencijal nautičkog turizma Hrvatske, koji je još unazad 50 – tak godina bio još u začetku, a sada je postao jedan od vodećih oblika turizma koji Hrvatskoj donosi velike turističke prihode. Posljednjih desetak godina 21. Stoljeća nautički turizam se posebno ističe svojim rastom i razvojem te on u hrvatskom turizmu postaje sve važniji. Međutim, ostvarenje materijalnih dobiti njegovim djelovanjem još uvijek nije razmjerno njegovim potencijalima pa se njegov pravi razvoj i pozitivni trendovi u budućnosti tek očekuju.

5.2. Nautička ponuda i nautička potražnja u Hrvatskoj

Nautička ponuda u Hrvatskoj, uz rekreativnu plovību, nudi čitav niz usluga: od sigurnog veza i prodaje plovila te mogućnosti najma plovila, ronjenja i ribolova do davanja različite podrške za plovību, poput karti, vodiča, službe spašavanja na moru i drugih. Upravo ti turistički proizvodi čine

⁵⁵ Ibidem, str. 43.

ukupnu ponudu nautičkog turizma. O nautičkoj ponudi Hrvatske ovisi i položaj hrvatskog nautičkog turizma na svjetskom i europskom turističkom tržištu.

Od svih usluga koje nudi nautička ponuda, specifične su luke nautičkog turizma, odnosno broj raspoloživih komercijalnih vezova u marinama. Bez dostatnih kapaciteta vezova nema nautičkog turizma u Hrvatskoj, pa oni upravo određuju razvoj toga turističkog proizvoda. Sukladno Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji luka nautičkog turizma u Hrvatskoj, u luke nautičkog turizma se ubrajaju sidrišta, privezišta, suhe marine i marine, pri čemu je marina definirana kao dio „vodenog prostora i obale posebno izgrađena i uređena za pružanje usluge veza i čuvanja plovniha objekata, te smještaja turista – nautičara u plovniha objektima odnosno u smještajnim objektima marine“⁵⁶. Ovisno o razini opremljenosti, marine se kategoriziraju u tri kategorije: 1. kategorija najvišega, 2. srednjega te 3. kategorija najnižega standarda.

Tablica 1. Luke nautičkog turizma u 2015. godini po županijama

Županija	Sidrište	Privezište	Marine	Nerazvrstane luke nautičkog turizma
Primorsko - goranska	27	6	16	-
Zadarska	36	22	12	-
Šibensko – kninska	17	3	14	-
Splitsko - dalmatinska	20	6	12	1
Istarska	14	-	12	-
Dubrovačko – neretvanska	7	1	4	2
UKUPNO	121	38	70	3

Izvor: Državni zavod za statistiku, http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-04_01_2015.htm, (pristupljeno 05.09.2016.)

⁵⁶ Čorak, S., Mikačić, V., op. cit., str. 43.

U 2015. godini je u Hrvatskoj bilo 121 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske, od čega su 38 privežišta, 70 marina te 3 nerazvrstane luke nautičkog turizma. Ukupna površina luka nautičkog turizma u Hrvatskoj u 2015. iznosila je 3 614 784 m², a broj vezova 17 351. S obzirom na opremljenost i broj vezova, upravo su marine te koje raspolažu s glavninom nautičke ponude te čine osnovu nautičke turističke ponude Hrvatske. Najviše sidrišta u Hrvatskoj imaju Zadarska i Primorsko – goranska županija, dok ih najmanje ima Dubrovačko – neretvanska županija. Privežišta je najviše u Zadarskoj županiji. Najviše je marina u Primorsko – goranskoj i Šibensko – kninskoj županiji, a najmanje u Dubrovačko – neretvanskoj županiji, međutim ova županija ima najviše luka nerazvrstanog turizma.

Tablica 2. Kapaciteti marina u Hrvatskoj od 2013. – 2015. godina

	2013.	2014.	2015.
Broj marina	67	56	57
Luke nautičkog turizma	53	53	61
Površina akvatorija (m ²)	3.278.064	3.322.650	3.614.784
Broj vezova	16.940	17.221	17.351
Ukupna dužina razvedene obale za privez (m)	63.110	65.178	63.542
Ukupna površina prostora na kopnu (m)	799.822	799.032	787.562

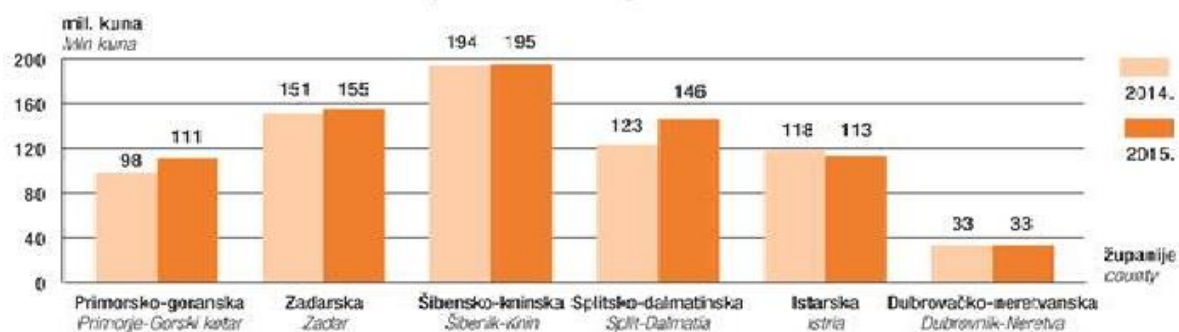
Izvor: Turizam u brojkama 2013. - 2015., Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, www.mint.hr, (pristupljeno 05. rujan 2016.), str. 34-38.

Iz tablice 2. je vidljivo kako se broj marina u promatranom razdoblju smanjivao, pa je taj broj 2015. bio za 10 marina manji nego 2013. godine. Iz tablice je također vidljivo da se ulagalo u nautičku infrastrukturu, što se očitovalo povećanjem broja luka nautičkog turizma u 2015. za 8 u odnosu na 2013. godinu. Ukupna površina akvatorija kojeg zauzimaju hrvatske marine je prosječno 3,6 milijuna m². Broj vezova u marinama Hrvatske se u promatranom razdoblju povećao za 411, odnosno za 20,4%. Ukupna dužina razvedene obale za privez u Hrvatskoj je prosječno 64 tisuće metara, dok je ukupna

površina prostora na kopnu kojeg zauzimaju marine 795,4 m. Iz priloženih podataka je vidljivo Hrvatska ima visok potencijal ponude kapaciteta nautičkog turizma.

Slika 2. Ostvareni prihodi luka nautičkog turizma bez PDV – a u 2014. i 2015. godini

G-2. OSTVARENI PRIHOD LUKA NAUTIČKOG TURIZMA BEZ PDV-a U 2014. I 2015.
INCOME REALISED BY NAUTICAL PORTS, NOT INCLUDING VAT, 2014 AND 2015



Izvor: Državni zavod za statistiku, http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-04_01_2015.htm, (pristupljeno 05.rujan 2016.)

Ukupan prihod luka nautičkog turizma u 2014. je iznosio 716,6 milijuna kuna, dok je 2015. taj prihod iznosio 753 milijuna kuna, što predstavlja povećanje za 36,4 milijuna kuna, odnosno za 5%, iz čega proizlazi činjenica da prihodi od nautičkog turizma u Hrvatskoj rastu 5% godišnje. Najveći prihod od luka nautičkog turizma u promatranom razdoblju ostvarila je Šibensko – kninska županija sa 195 milijuna kuna, a najmanji prihod Dubrovačko – neretvanska županija sa 33 milijuna kuna. Od ukupnog prihoda luka nautičkog turizma, najviše prihoda, 519 milijuna kuna ili 69% ukupnog prihoda, ostvareno je od iznajmljivanja vezova.

Turisti koji konzumiraju nautičke turističke usluge u Hrvatskoj su zadovoljni provedbom odmora u našoj zemlji, prvenstveno zbog ljepote prirode i krajolika te zbog osobne sigurnosti, kao i uslužnošću osoblja u marinama.

Iako kvalitetno izgrađene, luke nautičkog turizma u Hrvatskoj, a posebice marine, još uvijek ne pružaju dovoljnu razinu strukture i kvalitete ponude koju turisti nautičari očekuju. Zbog nedostatka popratnih sadržaja u marinama i lukama nautičkog turizma, poput sportskih terena, restorana, smještajnih objekata, supermarketa, servisa za plovila i drugih, prihod marina u Hrvatskoj je značajno manji od moguće potencijalno ostvarenog. To znači da je prisutna nepopunjenost kapaciteta vezova te

nautička ponuda u Hrvatskoj nadilazi nautičku potražnju. Navedeni elementi turističke nautičke ponude trebaju predstavljati temelj za ulaganja u nautički turizam, s ciljem da ga se unaprijedi i dovede na razinu razvijenih europskih zemalja.

Nautička potražnja u Hrvatskoj se formira utjecajem pretežito ekonomskih faktora, a čine ju turisti nautičari koji u Hrvatskoj žele konzumirati nautičke usluge. U ukupnom turističkom prometu Hrvatske nautički turizam čini 7,7% ukupnih dolazaka te 2,2% ukupnih noćenja. Iako je taj udio malen, nautički turizam ipak bilježi dinamične stope rasta u odnosu na stacionarni turizam.

Tablica 3. Kretanje turističkog prometa u Hrvatskoj za 2000., 2005. i 2015. godinu

Godina	Dolasci (u 000)		Noćenja (u 000)	
	Nautičari	Turisti u smještajnom objektu	Nautičari	Turisti u smještajnom objektu
2000.	517	6.620	777	38.406
2005.	773	9.222	1.139	50.282
2015.	1.113	11.896	1.503	62.349

Izvor: Državni zavod za statistiku RH, Turizam – kumulativni podaci, Priopćenja za 2000., 2005. i 2015. godinu, www.dzs.hr, (pristupljeno 06 rujan 2016.)

Iz kretanja turističkog prometa u Hrvatskoj u promatranom 15 – godišnjem razdoblju može se vidjeti da se broj dolazaka turista nautičara udvostručio u promatranom razdoblju, odnosno u 2015. je došlo 596 turista nautičara više nego u 2000. godini. Od ukupnog broja dolazaka turista u smještajnim objektima, u 2000. godini je bilo 7% turista nautičara, dok ih je u 2015. bilo 9%, što ukazuje na činjenicu da stopa dolazaka turista nautičara ima nešto nižu stopu rasta od očekivanog, a potencijal turističke ponude je puno veći, odnosno potražnja za nautičkim uslugama u Hrvatskoj nije na zadovoljavajućoj razini. Od ukupnog broja noćenja turista u smještajnim objektima, u 2000. godini je bilo 2,02% turista nautičara, dok ih je u 2015. bilo 2,4% - navedeno postotno povećanje od 0,2% u 15 – godišnjem

razdoblju ukazuje na činjenicu da je u Hrvatskoj još uvijek nedostatan broj noćenja turista nautičara te da je nautička potražnja u Hrvatskoj još uvijek u usporenom, ali tendencioznom rastu.

Najveći broj turista nautičara u Hrvatsku dolazi iz inozemstva, i to iz zemalja zapadne Europe: Njemačke, Austrije i Italije. Ovi turisti prosječno godišnje ostvaruju 80% ukupne nautičke potražnje za hrvatskim nautičkim turizmom, a ta potražnja je mjerena brojem registriranih noćenja turista nautičara u Hrvatskoj. Najintenzivniji nautički promet u Hrvatskoj, zbog atraktivnog arhipelaga, bilježi područje Šibenika, gdje je ostvarena trećina, odnosno gotovo 30% dolazaka i 29% noćenja evidentiranog nautičkog turističkog prometa u Hrvatskoj.

Obilježja nautičke turističke potražnje su specifična. Nautičari koji posjećuju Hrvatsku većinom dolaze privatnim plovilima, njih čak 70%, dok ih 30% unajmljuje plovila u čarterima – u čartere dolaze najviše nautičari iz Srednje Europe, poglavito iz Mađarske i Češke. Nautičari koji dolaze vlastitim plovilima dolaze iz tradicionalnih zapadnoeuropskih zemalja – Španjolske, Francuske i Italije. Nautičari u Hrvatskoj borave najviše tijekom ljetnih mjeseci ploveći od luke do luke, dok ih ¼ odlazi na dnevne izlete iz matične luke te borave na sidru i izvan luka i marina. Ukupna duljina plovidbe nautičara u Hrvatskoj, mjerena brojem ostvarenih noćenja po plovidbi, duža je nego kod turista u stacionarnim objektima – u prosjeku nautičari na putovanju u Hrvatskoj ostvaruju 16 noćenja⁵⁷.

Nautičari koji dolaze u Hrvatsku su turisti veće platežne moći, obrazovaniji i uspješniji ljudi višeg društvenog sloja, čija je prosječna dob 44 godine – 74% nautičara u Hrvatskoj ima završeno visoko obrazovanje za razliku od 60% gostiju u drugim smještajnim kapacitetima koji imaju završenu najviše višu školu. Specifični su poljski, slovenski i mađarski nautičari, koji su uglavnom mlađe životne dobi.

Nautičari, dolaskom u Hrvatsku, prosječno potroše 1.280 eura po osobi, a najveći dio potrošnje odnosi se na troškove boravka nautičara u Hrvatskoj. Nautičari koji borave na vlastitim plovilima potroše i do 60% više od nautičara koji borave na iznajmljenim plovilima.

Glavni motivi dolaska nautičara na Jadran su odmor i relaksacija, upoznavanje prirodnih ljepota jadranskih otoka te atraktivna pogodnost za plovidbu. Ovi motivi uvelike označavaju hrvatsku nautičku potražnju, koju je potrebno podignuti na jedan viši standard, upravo iz razloga jer su ciljna skupina hrvatskog nautičkog turizma bogati i obrazovani turisti srednje životne dobi.

U razvoju nautičke ponude i potražnje Hrvatska donosi razvojne strategije sistemom „odozgo prema dolje“⁵⁸, a nastale su kao potreba za planiranjem i planskim upravljanjem. Stručnjaci koji se bave

⁵⁷ Čorak, S., Mikačić, V., op. cit., str. 52.

⁵⁸ Luković, T.: Sukobljene ili sukladne strategije razvoja europskoga nautičkoga turizma, Pomorstvo, god. 23, br. 2, 2009., str. 343.

nautičkim turizmom u Hrvatskoj zadnjih godina pokušavaju osmisliti strategiju kako unaprijediti nautičku ponudu i potražnju u Hrvatskoj te pokušavaju primijeniti bogat sustav zakona *lex specialis*, koji nautički turizam tretira putem sustava prostornog planiranja. Strateška razvoja klima nautičkog turizma pokazala se povoljna radi⁵⁹:

- velikog prirodnog potencijala hrvatske obale,
- postupnog sređivanja stanja u hrvatskoj administraciji nakon rata,
- viška slobodnog investicijskog kapitala na svjetskom financijskom tržištu,
- opće razvojne krize razvijenih ekonomija Zapadne Europe radi nedostatka razvojnih vizija,
- kontinuiranog razvoja nautičkog turizma, od pojave ovog turističkog fenomena do danas, po visokim stopama razvoja,
- i nekih drugih poticajnih razloga.

Nautički turizam Hrvatske je najperspektivniji i najprofitabilniji turistički proizvod te doprinosi turističkom ugledu Hrvatske⁶⁰. Zadnjih godina 21. stoljeća je primjetan porast kvalitete usluge u hrvatskim marinama, no ta kvaliteta usluge je još uvijek značajno ispod kvalitete nautičkih usluga zapadnih europskih zemalja. Danas je tendencija nautičara u Hrvatskoj da što više krstare obalom i otocima, a samo manji broj njih je smješten u matičnoj luci i odlazi na obližnje izlete. Oni tijekom svog boravka u lukama nautičkog turizma i hrvatskim marinama najčešće posjećuju restorane i odlaze u kupovinu – to ukazuje na činjenicu da marine moraju biti stacionirane u atraktivnim destinacijama koje će nautičarima pružiti usluge koje su u području njihova interesa⁶¹.

Sukladno navedenom istraživanju nautičke ponude i potražnje Hrvatske može se zaključiti da je hrvatski nautički turizam, unatoč golemom potencijalu, još uvijek nedovoljno učinkovit u smislu održivog razvoja i nedostatka standarda. Iako u hrvatskom turizmu on postaje sve važniji, ostvarivanje odgovarajuće materijalne dobiti još uvijek nije razmjerno njegovim potencijalima, tako da se njegov pravi razvoj, zapravo, tek očekuje⁶².

5.3. Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Hrvatskoj

⁵⁹ Loc. cit.

⁶⁰ Gračan, D.: Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 12, No. 1, 2006., str. 112.

⁶¹ Ibidem, str. 115.

⁶² Jugović, A. et al., op. cit., str. 63.

Prirodni resursi su temelj i osnovna značajka razvoja nautičkog turizma. Njegovim razvojem dolazi do povećanja nautičke infrastrukture – luka nautičkog turizma, marina, vezova i broja nautičkih plovila. Sve to utječe na prirodne resurse zemlje u kojoj se razvija nautički turizam.

Promatrajući hrvatski prostor s njegovom jedinstvenom obalom i otocima, može se reći da je nautički turizam složeni sustav koji uvjetuje stvaranje regulatornog okvira budućega turističkoga razvoja⁶³. Budući da je nautički turizam najperspektivniji turistički proizvod, u Hrvatskoj je sve više nautičara i plovila, a sve zajedno rezultira rastom prihoda od nautičkog turizma. Budući da se nautički turizam u Hrvatskoj razvijao kontinuirano, ali neosmišljeno, bez strategije, on je postao prijetnja očuvanju kvalitete i atraktivnosti, kao i gospodarske valorizacije Hrvatske.

Hrvatska ima bogate vodene resurse i vrlo razvedenu obalu te je njezin prostor vrlo eksploatiran. Porast nautičkog turizma uz neosporne pozitivne učinke, donio je povećanje opterećenja morskog okoliša i obalnog područja kao i nezbrinjavanje otpada, otpadnih voda, utjecaj kemikalija na morski ekosustav, ali i devastiranje prirodnih resursa⁶⁴. Zato obalna i vodena područja Hrvatske i njihovo očuvanje moraju postati nacionalni interes zemlje. Neadekvatno korištenje prirodnih resursa u Hrvatskoj je aktualni problem zemlje.

Nautički turizam u Hrvatskoj ima visoke razvojne stope tokom godina te je važan izvozni turistički proizvod. Ima neprocjenjivu važnost za razvoj gospodarstva, ali još uvijek ne ostvaruje zadovoljavajuće materijalne dobitke s obzirom na potencijale koje Hrvatska ima.

Hrvatska od nautičkog turizma dobiva mnogo, a u budućem razdoblju očekuje sve više, pa stoga treba svoje prirodne resurse što više čuvati jer oni nisu obnovljivi resursi.

Da bi se stvorio okvir za razvoj nautičkog turizma treba se stvoriti ekonomski napredak i održivi razvoj, ali i sustavno valorizirati prirodni resursi zemlje. Mora se zaštititi i očuvati obalni prostor, kao i svi vodeni prostori kontinentalne Hrvatske, da ne bi došlo do negativnih posljedica.

Hrvatski nautički turizam ima karakteristike koje ga čine konkurentnim, ali i razvojna obilježja koja se mogu ocijeniti kao nedostaci. U tablici 4. prikazani su prednosti i nedostaci hrvatskog nautičkog turizma.

⁶³ Dogan, K., Mršić, T.: Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, Pomorski zbornik, 2003., br. 47-48, str. 73.

⁶⁴ Loc. cit.

Tablica 4. Prednosti i nedostaci hrvatskog nautičkog turizma

	PREDNOSTI	NEDOSTACI
Resursna osnova	Atraktivna, razvedena obala, prirodne ljepote, biološka raznolikost i očuvanost, neizgrađenost obale, bogata kulturno povijesna baština, pogodna klima, veliki broj sunčanih dana.	Preizgrađenost nekih prostora obalne zone i dijela otoka, bespravna gradnja, smanjenje krajobrazne i bioraznolikosti, neiskorištenost obnovljivih izvora energije.
Nautička infrastruktura	Postojeći nautički kapaciteti, mogućnost proširenja kapaciteta, prostorna mogućnost za izgradnju novih luka, relativno razvijen sustav upravljanja pomorskim dobrom.	Mali broj kvalitetnih nautičkih vezova i nedovoljno razvijena logistika s obzirom na rastuću potražnju, neodgovarajuća infrastruktura i nedostatak vezova za prihvata većih jahti, nedostatak kapaciteta u smještajnim jedinicama i razina tehničke usluge u marinama, neodgovarajuća kategorizacija luka nautičkog turizma.
Postojeća prateća turistička infrastruktura i suprastruktura	Smještajni objekti, turistička tradicija, kvalificirani kadrovi, uslužne djelatnosti, bogata tradicija i gostoljubivost, multikulturalnost i tolerancija, postojanje i obuhvat prostorno planske dokumentacija, raznolika sektorska struktura, broj obrazovnih institucija.	Neodgovarajući sadržaj ponude (nedovoljna ponuda izleta, neodgovarajuća ponuda u trgovinama, neautentičnost suvenira), niska razina kvalitete usluga (neorganiziranost atrakcija za prihvata gostiju s kruzera, neodgovarajuće radno vrijeme), različiti stupanj interesa za razvoj, neodgovarajuća suradnja među nautičkim lukama i subjektima unutar destinacija.
Konkurentnost	Konkurentnost lučkih pristojbi i naknada, cjenovna konkurentnost Hrvatske općenito.	Nepostojanje koncepcije razvoja destinacije i sukobi s drugim vrstama turizma, neodgovarajuća i neorganizirana promidžba i nepostojanje odgovarajućih promidžbenih materijala, nedostatak zajedničke razvojne inicijative, tj. nedostatan implementiranje novih strateških usmjerenja, izražena sezonalnost potražnje, neodgovarajuće zbrinjavanje otpada kao i neadekvatna odvodnja i pročišćavanje otpadnih voda, lokacije industrijskih postrojenja blizu nautičkih odredišta, nedovoljna povezanost između gospodarstva i institucija visokog obrazovanja, neuravnoteženost ponude i potražnje

Izvor: Dogan, K., Mršić, T.: Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, Pomorski zbornik, 2003., br. 47-48, str. 75.

Iz tablice 4. je vidljivo kako je prirodna resursna osnova temeljna prednost hrvatskog nautičkog turizma zbog atraktivne, razvedene obale, prirodnih ljepota i brojnih otoka, koji svi zajedno stvaraju konkurentnu prednost nautičkog turizma Hrvatske. Prednost su i niske cijene usluga nautičkog turizma u odnosu na cijene nautičkih usluga u drugim zemljama. Glavni nedostaci nautičkog turizma Hrvatske su preizgrađenost obalnog područja, mali broj kvalitetnih vezova, neodgovarajući ponudbeni sadržaji te niska kvaliteta usluge.

Prirodni resursi Hrvatske su temeljna konkurentna prednost nautičkog turizma Hrvatske te je njezina obala i vodene površine atraktivan turistički proizvod koji privlači brojne turiste nautičare. Hrvatska obala je specifična te je treća po veličini na Sredozemlju, nakon obala Grčke i Italije te ima veliki ekonomski potencijal.

Da bi se zaštitili prirodni resursi i očuvala prirodna valorizacija Hrvatske obale, treba se kreirati strategija razvoja hrvatskog nautičkog turizma s naglaskom na očuvanje prirodnih resursa. Nautičarima se ne može zabraniti sidrenje po raznim uvalama, ali bi se privatnim, investitorima mogla omogućiti gradnja lučica u uvalama u kojima se trenutačno brodovi sidre bez kontrole⁶⁵.

Da bi se nautički turizam u Hrvatskoj održao, treba pažljivo planirati njegov prostorni razvoj jer je planiranje prostora uvjet dugoročnog funkcioniranja nautičkog turizma. U razmatranju razvoja prostornih resursa treba uzeti u obzir ekološki aspekt turizma. Treba imati na umu očuvanje prirodnih resursa te važnost primjene ekoloških načela u turizmu. Takav koncept razvoja turizma teži optimalnom ekonomskom efektu, uz minimalno degradiranje životne sredine⁶⁶.

Kada se grade nove luke nautičkog turizma u Hrvatskoj, potrebno je izvršiti valorizaciju devastiranih područja u svrhu racionalnog korištenja prirodnog prostora. To treba uzeti u obzir da ne bi došlo do narušavanja ekološke ravnoteže i negativnog utjecaja na floru i faunu tog područja. Konačno, potrebno je izraditi studije zaštite na okoliš, kojima će se potvrditi da nova izgradnja neće negativno utjecati na prirodne resurse.

Glavni negativni efekt nautičkog turizma Hrvatske je utjecaj na morski okoliš. Izvori onečišćenje u lukama nautičkog turizma su⁶⁷:

- otpadne vode koje nastaju tijekom pranja brodova;
- boje tijekom bojanja brodova;
- otpadne vode koje nastaju tijekom pranja motora za vrijeme popravka te otpadne vode od pranja podvodnih površina;
- zauljene oborinske vode s asfaltiranih manipulativnih površina, površina za odlaganja plovila i vozila te internih prometnica;

⁶⁵ Dogan, K., Mršić, T., op. cit., str. 75-76.

⁶⁶ Ibidem, str. 79.

⁶⁷ Ibidem, str. 80.

- fekalne, sanitarne, kaljužne i balastne vode;
- sanitarne otpadne vode;
- mineralna ulja s brodova;
- sitne čestice poliesterskih smola prilikom rada na plastičnim dijelovima plovila;
- biocidi koji su sastavni dijelovi protuobraštajnih boja, tijekom boravka plovila u marini.

Sukladno identificiranim izvorima onečišćenja i budući da je Jadran najosjetljivije prirodno bogatstvo Hrvatske, trebaju se poduzeti mjere s ciljem sprječavanja devastacija vodenih površina u Hrvatskoj. Prvenstveno je potrebno održivo korištenje i upravljanje morskim resursima. Potom je potrebno revitalizirati postojeće luke nautičkog turizma u Hrvatskoj te uspostaviti nadzor nad pomorskom plovidbom. Brodove i jahte potrebno je opremiti opremom za zaštitu vodenih površina od onečišćenja. Konačno, u nautičkom turizmu Hrvatske potrebno je primijeniti nove ekološke standarde. Obalnim prostorom Jadrana potrebno je gospodariti putem ekologije prostora.

Za razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj treba stvoriti okvir i strategiju ekonomskog napretka zemlje da bi se zadržao održivi razvoj i dugoročno očuvala slika hrvatskog prostora. Štete od zagađenja koje plovila nanose hrvatskim vodenim površinama nije moguće ukloniti, ali je potrebno razviti strategije i pravilnike kako ih minimizirati koliko god je to moguće. Također, potrebno je uspostaviti sustav kvalitete u hrvatskim lukama nautičkog turizma, odnosno ekološke standarde koje turisti nautičari trebaju poštivati. Zbog bogatog prirodnog potencijala Hrvatska ima sve pretpostavke za daljnje tendencije kontinuiranog razvoja nautičkog turizma, ali samo pod uvjetom da radi na očuvanju svoje prirodne osnove.

5.4. Konkurentnost hrvatskog nautičkog turizma

Hrvatski nautički turizam je vrlo atraktivan proizvod, a bogatstvo prirodnih resursa zemlje je temeljna osnova koja predstavlja konkurentnu prednost ovog oblika turizam. Hrvatska kao maritimna zemlja ima bogate komparativne prednosti za razvoj nautičkog turizma, koje se očituju u prirodnim ljepotama, slikovitosti krajolika te ekološkoj očuvanosti prirodnih resursa.

Posebnosti nautičkog turizma u Hrvatskoj omogućuju prepoznavanje dvije grupe čimbenika koji u najvećoj mjeri određuju konkurentnost nautičkog turizma, a to su⁶⁸:

1. Opći čimbenici: klimatski uvjeti (broj sunčanih dana, učestalost i jačina vjetrova, temperatura zraka i mora i slično), ljepota i čistoća mora, ljepota krajolika koja podrazumijeva razvedenost i raznovrsnost obale i otoka, uključivo naselja.
2. Posebni čimbenici: prometna dostupnost polazne luke/marine u odnosu na glavna tržišta, osobna sigurnost i sigurnost plovidbe, broj, prostorni raspored i opremljenost marina, odnosno mogućnost veza broda u i izvan marina, opremanje broda za plovidbu, ljubaznost i educiranost osoblja, ponuda ostalih sadržaja potrebnih za održavanje i opremanje broda za plovidbu, atraktivnost sadržaja na kopnu, cijene usluga, legislativa vezana uz plovidbu i stacioniranje broda, porezi i takse.

Autori Brčić i Lakoš su definirali temeljna obilježja hrvatskog nautičkog turizma, a ona su sljedeća⁶⁹: povoljan zemljopisni položaj i reljef mora, dobri nautički uvjeti, pogodnost plovidbe, bogati prirodni resursi, pravilna demografski razmještaj duž cijele obale, povoljne lokacije za gradnju novih luka nautičkog turizma, pomorske i ambijentalne vrijednosti, rekreacija i sport, prometna infrastruktura koja povezuje kopno s morem, povijesni i kulturni elementi te gostoljubivost domicilnog stanovništva.

Razmatranje konkurentnosti Hrvatske u nautičkom turizmu vezano je uz susjedne i druge zemlje u Sredozemlju, prije svega: Italiju, Francusku, Španjolsku, Grčku, Tursku, Crnu Goru i Sloveniju. Turistički razvijenije sredozemne zemlje Italija, Francuska i Španjolska imaju i razvijeniju ponudu nautičkog turizma, međutim one nemaju tako privlačnu obalu s otočnim skupinama kao Hrvatska, Grčka i Turska. Dakle, može se reći da su Hrvatskoj u pogledu razvijenosti ponude najveći konkurenti Italija, Francuska i Španjolska, a u pogledu atraktivnosti obale Grčka i Turska. Slovenija i Crna Gora nisu stvarni konkurenti zbog skromnih kapaciteta i razmjerno kratke obale⁷⁰.

Razvijene zemlje zapadne Europe, poput Italije, Francuske i Španjolske imaju razvijeniju nautičku ponudu od Hrvatske. Međutim, one nemaju tako privlačnu obalu s otočnim skupinama kao Hrvatska⁷¹. U smislu razvijenosti nautičke ponude, Hrvatskoj su najveći konkurenti Italija, Francuska i Španjolska, a prema atraktivnosti obale Grčka i Turska. Ipak, Hrvatska može konkurirati navedenim zemljama zbog kvalitete i raznovrsnosti ukupne ostale turističke ponude.

⁶⁸ Čorak, S., Mikačić, V., op. cit., str. 54.

⁶⁹ Brčić, A., Radić Lakoš, T., Razvoj nautičkog turizma u RH uz primjer Šibensko-kninske županije, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku, vol. 6, no. 1-2, 2010, str. 3.

⁷⁰ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja nautičkog turizma RH (2009.-2019.), prosinac 2008., http://www.mint.hr/UserDocsImages/081224-61_01.pdf, (pristupljeno 07. rujna 2016.), str. 6.

⁷¹ Loc. cit.

Hrvatska ostvaruje suverenitet na oko 12,2% obalne crte i na oko 33% obalne crte otoka u Sredozemlju, što upućuje na prirodni potencijal za razvoj nautičkog turizma⁷². Što se tiče ponude vezova za plovne objekte, u odnosu na sredozemne zemlje, udio Hrvatske iznosi 6,9%. Sukladno navedenom, Hrvatska ima još neiskorištene komparativne prednosti, ali posjeduje veliki potencijal za povećanje konkurentnosti nautičkog turizma. Najvažnija je činjenica da Hrvatska, prema postojećem broju nautičkih vezova, duljinom obale i otoka, njihovom izuzetnom privlačnošću i još uvijek dobroj očuvanosti, te konačno dosegnutoj kvaliteti ukupne nautičke ponude, nedvojbeno ima sve pretpostavke za daljnji kvalitetan i konkurentan razvoj nautičkog turizma, pod uvjetom da u budućnosti ne ugrozi osnovnu prirodnu razvojnu osnovu⁷³.

Kao značajan čimbenik konkurentnosti hrvatskog nautičkog turizma je konkurentnost nautičke ponude, mjerene brojem marina i vezova u Hrvatskoj, zatim konkurentnost cijena usluga u nautičkom turizmu te percepcija konkurentnosti nautičke ponude Hrvatske u odnosu na druge zemlje. Tako je broj marina u Hrvatskoj 2015. iznosio 57, bilo je 61 luke nautičkog turizma, sa sveukupno 17.351 vezova. Ovi brojevi ukazuju na činjenicu kako Hrvatska ima dobru nautičku infrastrukturu, ali još uvijek nižeg standarda nego zapadnoeuropske zemlje koje imaju razvijen nautički turizam. Kvaliteta ponude hrvatskih marina ne može se usporediti s ponudom marina u ostalim europskim zemljama. Neki od pokazatelja kvalitete nautičkih luka su postojanje fitness - centara, sauna, škola ronjenja, jedrenja, jahanja i zabavnih sadržaja. Potencijalni gosti to traže, a hrvatske marine imaju eventualno jedan od navedenih sadržaja.

Sukladno apsolutnim cijenama osnovne usluge u nautičkom turizmu (plaća godišnjeg veza i najma broda) Hrvatska je cjenovno konkurentna jer su njezine cijene niže od vodećih zemalja u nautičkom turizmu, poput Francuske, Španjolske i Italije. Međutim, cjenovnu konkurentnost hrvatskog nautičkog turizma smanjuje naknada koja se plaća u Hrvatskoj za sigurnost plovidbe.

Hrvatski nautičari su kao glavne komparativne prednosti hrvatskog nautičkog turizma ocijenili čistoću mora, ljepotu krajolika, ekološku očuvanost obale te osjećaj sigurnosti u zemlji. Sljedeća komparativna prednost nautičkog turizma jest ugostiteljska ponuda i kapacitet i opremljenost marina u Hrvatskoj.

Nautički turizam je strateški vrlo važan segment razvoja turizma koji prenosi vrijednosti koje povezuju nautičare s prirodom⁷⁴. Konkurentnost nautičkog turizma se očituje u doprinosu održavanju

⁷² Loc. cit.

⁷³ Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, op. cit., str. 7.

⁷⁴ Alkier, R. et al.: Promocija kao faktor ojačanja konkurentne pozicije nautičkog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu, Pomorski zbornik, br. 49-50, 2015., str. 243.

jedinstvenih prirodnih zaštićenih područja Hrvatske. Hrvatska kao zemlja ima optimalne preduvjete za razvoj nautičkog turizma, međutim, da bi se unaprijedila njegova konkurentnost, potrebne su adekvatne marketinške aktivnosti i promocija nautičkog turizma da se dopre do sve veće ciljne skupine turista nautičara.

Nautički turizam jedan je od najatraktivnijih, najperspektivnijih ali i najprofitabilnijih turističkih proizvoda Hrvatske, koji svojom prepoznatljivošću na međunarodnom tržištu, ali i na domaćem, doprinosi turističkom ugledu Hrvatske. Iako u strukturi nautičara dominiraju najbliža europska tržišta, sve veći interes iskazuju i nautičari iz udaljenijih zemalja. Procjenjuje se da će nautički turizam i u sljedećem razdoblju imati tendenciju rasta, s obzirom da Hrvatska ima veliki potencijal kao vodeća zemlja u nautičkom turizmu na području Sredozemlja. Zbog povećane potražnje za vezovima nautički turizam zahtjeva konstantno promišljanje razvoja. Razvoj nautičkog turizma vezan je za luke nautičkog turizma, a njihov razvoj zahtjeva daljnje istraživanje te interdisciplinarnost, uz načela primjenjenog znanstvenog rada, te racionalnog i ekološkog planiranja. Od iznimne je važnosti taj rast i razvoj kontrolirati i usmjeravati kako bi bio u skladu s pravilima održivog razvoja, odnosno kako ne bi prouzročio više štete nego koristi.

5.5. Nautički turizam Sjevernog Jadrana

U Hrvatskoj je nautički turizam razvijen na obali. Obala je podijeljena na tri elementa i svaki od njih pruža svoje mogućnosti a najrazvijeniji dio je zapravo Sjeverni Jadran pod koji spadaju Istarska i Primorsko Goranska županija.

Jadran je podijeljen na tri turističke regije:

- Sjeverni Jadran
- Srednji Jadran
- Južni Jadran

Slika 3. Karta podjele Jadrana



Izvor: Državni hidrometeorološki zavod

Sjeverni je Jadran duboko uvučen u europsko kopno, pa je bolje od drugih hrvatskih jadranskih regija povezan sa zapadno-europskim emitivnim tržištem. Modernizacijom postojećih i izgradnjom novih cestovnih prometnica ova regija postaje sve bliža emitivnom turističkom tržištu, pa su perspektive u pogledu razvoja turizma i nautičkog turizma posebno istaknute.

Turistička regija Sjeverni Jadran je geografski prostor koji ima niz komparativnih prednosti, posebice u nautičkom pogledu. Sukladno morfološko-prirodnim osobinama, uz osmišljenu strategiju razvoja nautičkog turizma, takve bi prednosti zasigurno oplemenile u kvalitativnom pogledu nautičku ponudu Istre i Kvarnera. Uz navedeno, nautički turizam u svjetskim trendovima bilježi kontinuirani rast, kao uostalom i u Hrvatskoj. Sjeverni Jadran ima izrazite komparativne prednosti u odnosu na druge inozemne turističke regije, jer ima optimalne uvjete za razvoj vikend turizma i stacionarnog nautičkog turizma.

Obala je najčešće smatrana područjem brze rentabilnosti te ju se iskorištava nemilice izgradnjom turističkih naselja, marina i ostalih turističkih i inih sadržaja, a o ekološkom aspektu razvoja se počinje razmišljati obično kad je već prekasno. Na istom uskom prostoru nalaze se stambeni, rekreacijski i industrijski objekti i sadržaji. Rezultat ovakvog stihijskog razvoja je, između ostalog, prevelika opterećenost luka nautičkog turizma. Na površini akvatorija od 3.293.558 m², koliko iznosi površina Jadranskog mora, privezano je više od 22.000 plovila, što predstavlja intenzivan pomorski promet. Takav promet čini znatno opterećenje za obalu i more, zbog nedovoljne organiziranosti i nemogućnosti potpunog zbrinjavanja otpada koji toliki broj plovila i čvrstih objekata u službi nautičkog turizma stvara.⁷⁵

Prilikom planiranja prostora u lukama nautičkog turizma koriste se standardi koji nalažu da se na morskoj površini od 4,5 km² može smjestiti 400 vezova za plovila prosječne dužine do 12 metara. U marinama je smještena oko petina suhih vezova, a povoljan bi omjer bio kada bi ih bilo manje. Velik broj suhih vezova na obali je skup i neracionalno zauzima ekosustav zbog čega bi bilo logično plovila smještati dalje od opterećenog obalnog pojasa.⁷⁶

Kao što je ranije navedeno, raspoloživu nautičku strukturu 2012. godine čini 98 luka nautičkog turizma na morskoj obali Hrvatske i to 62 marine (od toga 11 suhih marina) i 36 ostalih luka nautičkog turizma. Ukupna površina njihova akvatorija jest 3 266 746 m², a broj vezova 17 454.

Sjeverni Jadran čini morski prostor smješten oko 45° N paralele te 14° E meridijana, površine 7.979 km² koji čine morske vode i priobalje. Fizički kapacitet obale gornjeg Jadrana određen je dužinom obale kopna (581,2 km ili 32,4%) i dužinom obale otoka (1.212,3 km ili 67,6%), a način njenog valoriziranja ovisi o reljefu i poziciji.⁷⁷ Mogućnosti razvitka sjevernojadranskih nautičkih luka su velike pa je nužno sagledati kojim sve nautičkim kapacitetima i lokacijama Sjeverni Jadran raspolaže.

⁷⁵ Gračan, D., Alkier Radnić, R. i Uran, M.: Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2011., str. 258-259.

⁷⁶ Knežević, R. i Knežević, D.: Posljedice razvoja luka nautičkog turizma u Istarskoj županiji, Tourism and Hospitality Industry, 20th Biennial International Congress, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2010., str. 164.

⁷⁷ Ibidem, str. 263.

U priobalnom dijelu Istarske županije živi oko 145.000 stanovnika (oko 70% ukupnog stanovništva Županije). Dužina istarske obale zajedno s otocima iznosi 539 km. Zapadna je obala razvedenija, i duga je zajedno s otocima 327 km. Istočna je obala zajedno s otočićima duga 212 km. Duž zapadne obale ističe se nekoliko dubokih zaljeva: ušće Dragonje, ili Piranski zaljev, ušće Mirne ili Tarska vala, te Limski kanal i na krajnjem jugu Pulski, Verudski, Vinkuranski i Banjolski zaljev. Sjeverno od Tarske vale obala je plitka, bez otoka i podvodnih hridi. U srednjem dijelu i južno od Poreča obala je razvedenija. U donjem dijelu, južno od Limskog kanala, nalazi se skupina od dvadesetak otoka i hridi, a na krajnjem jugu smješten je Brijunski arhipelag. Na najjužnijem dijelu pored rta Kamenjak/Premantura je Medulinski ili Pomerski zaljev s većim brojem otoka i hridi. Osim na krajnje južnom dijelu istočna obala Istre je bez otoka. Istra raspolaže sa 4.137 komercijalna nautička veza.

Priobalje je vitalni dio Primorsko-goranske županije. Prostor je visoko urbaniziran, s velikom koncentracijom stanovništva. Na površini od oko 17% površine Županije nalaze se naselja s oko 70% ukupnog broja stanovnika. Obalno područje Ličko-senjske županije slabije je naseljeno. Otočno područje sastavljeno je od dvaju nizova kvarnerskih otoka: zapadni s Cresom i Lošinjem i nekoliko manjih otoka, te istočni s Krkom i Rabom i nekim manjim nenaseljenim otocima između njih. Primorsko-goranska županija ima obalu duljine 1.820 km i raspolaže sa 3.299 komercijalnih vezova u moru i 1.788 vezova na kopnu.

Razvidno je da odnos broja vezova i dužine obale ostavlja mnogo prostora za kvalitetnu plansku izgradnju, no naglasak valja svakako staviti na sustavno promišljanje i planiranje jer Sjeverni Jadran je zbog svojih geografskih osobina najosjetljivije područje. Utjecaj luka nautičkog turizma, usmjeren na zaljevsko more i krhko obalno područje Sjevernog Jadrana potencira opasnosti od raznovrsnih onečišćenja i njihovog utjecaja na prirodne sustave. Dodatni teret ovom akvatoriju je njegova pličina, zatvorenost i usporena cirkulacija morske vode, stoga bi veće zagađenje moglo prouzročiti ekološku katastrofu širokih razmjera.

Luke nautičkog turizma, odnosno vezovi, su na Sjevernom Jadranu neravnomjerno razmješteni pa duž istarske obale, na potezu od Umaga do Pomera imamo u prosjeku nešto više od 9 vezova po dužnom kilometru što predstavlja značajnu opterećenost prostora. Ako usporedimo zastupljenost broja vezova na ovom području sa zastupljenošću u nekim europskim zemljama gdje taj broj u prosjeku

iznosi 2 veza po dužnom kilometru obale, lako zaključujemo da je zapadna obala Istre jedna od najopterećenijih europskih subregija vezovima.⁷⁸

U akvatoriju Sjevernog Jadrana smješteno je ukupno 44 luka nautičkog turizma od čega je 8 sidrišta, 8 privežišta, 6 suhih marina, 4 marine I kategorije, 9 marina II kategorije, 5 marina III kategorije, 2 marine kategorizirane i označene sidrištima i 2 nerazvrstane luke nautičkog turizma. Za prijem megajahti u ovom djelu Jadrana osposobljeno je 5 marina (Umag do 40 m; Rovinj do 60m; Pula do 25m; Cres do 50m i Opatija do 40m).

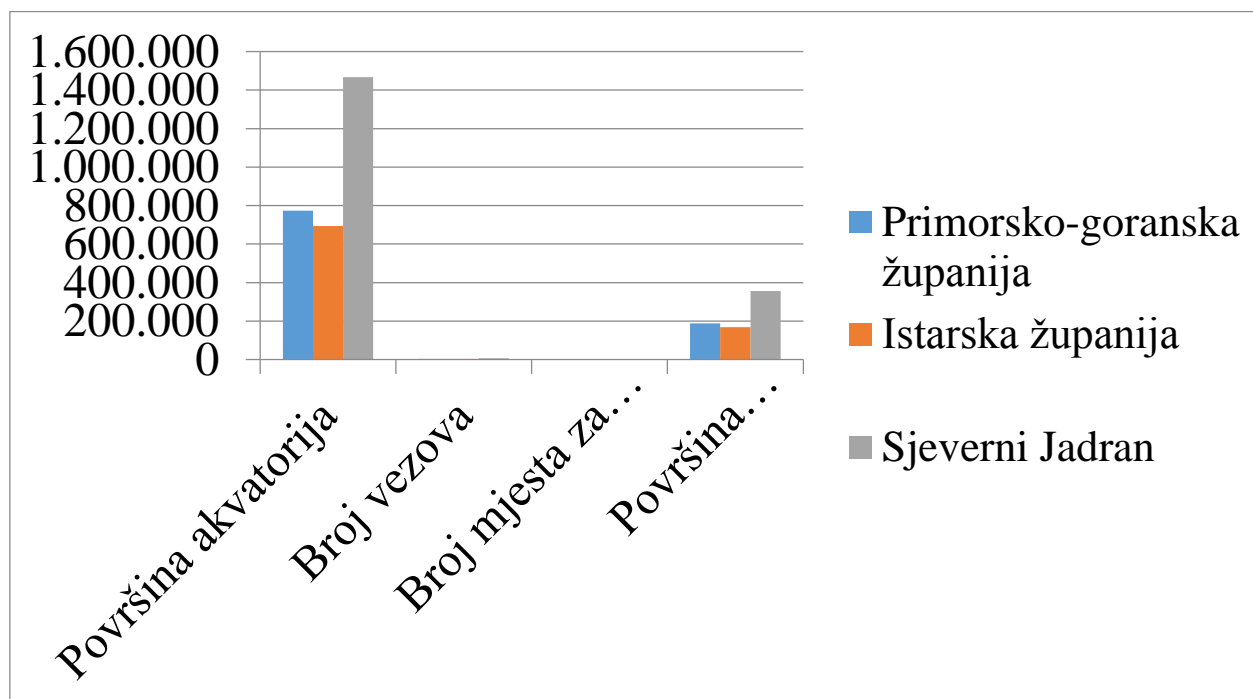
Tablica 5. Kapaciteti nautičkih luka u Sjevernom Jadranu, po županijama u 2014. g.

Kapaciteti	Primorsko-goranska županija	Istarska županija	Sjeverni Jadran
Površina akvatorija	774.012	693.233	1.467.245
Broj vezova	3.299	4.137	7.436
Broj mjesta za smještaj plovila na kopnu	1.789	814	2.603
Površina prostora na kopnu	187.657	167.807	355.464

Izvor: Obrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH za 2014.

⁷⁸ Gračan, D., Alkier Radnić, R. i Uran, M., op. cit., str. 263.

Grafikon 1. Kapaciteti nautičkih luka



Izvor: izrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku RH za 2014.

Veliku koncentraciju luka nautičkog turizma na uskom prostoru iznimno je bitno izbjegavati jer u takvim uvjetima zagađenje mora je gotovo nemoguće kontrolirati. Tako se u Istri nije dovoljno promišljalo pa je na potezu Umag – Novigrad – Poreč – Vrsar – Rovinj - Pula izgrađen niz nautičkih luka umjesto da je poticana izgradnja manjih marina (od 50 do 100 vezova) na dislociranim područjima, posebice otocima. Time dolazi do uzurpacije čak i javnih površina prikladnih za vezivanje brodova.⁷⁹ Na tako ekološki osjetljivim i iznimno vrijednim prostorima nužno je zakonom ograničiti komercijalnu izgradnju.

Sjeverni Jadran dobra je destinacija za vikend turizam. Svjetski trendovi u nautičkom turizmu pokazuju da se iz godine u godinu smanjuje dužina boravka na odmoru, ali se povećava učestalost godišnjih odmora, pa ljudi umjesto jednom ili dva puta godišnje po par tjedana, sada preferiraju na godišnji ići više puta, a taj odmor onda traje kraće. Blizina sjevernojadranskih marina emitivnim tržištima potencijalnih nautičara zasigurno predstavlja veliku prednost.

⁷⁹ Kovačić, M.: Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma, Pomorski zbornik, vol. 41, no. 1, 2003, str. 138.

Stacionarni nautički turizam jedan je od nositelja financijske učinkovitosti, a zbog svog položaja i blizine Europe, Istra i Primorje mogu predstavljati zimsku bazu, odnosno odredište za ljetna krstarenja prema Dalmaciji. Sjevernojadranske marine moraju poraditi na planu aktivnosti i mjera koje bi poticale konkurentnost u odnosu na talijanske marine. Time bi ostvarile cjelogodišnje poslovanje što bi pružilo višestruke učinke kao što je smanjenje sezonalnosti poslovanja, povećanje zaposlenosti i financijske dobiti, smanjenje disperzije klijentele itd. Sjeverni Jadran tako ima 20 marina. Od ukupno 20 marina, 4 ih je prve kategorije, 8 druge kategorije, a preostalih 8 su marine treće kategorije. 11 marina je smješteno u Istarskoj županiji, a 9 u Primorsko-goranskoj.

Prihodi koje su nautičke luke Primorsko-goranske županije ostvarile u 2012. godini najvećim dijelom, 75 %, su prihodi od iznajmljivanja vezova. U Istri u strukturi prihoda vezovi, također, čine velik dio prihoda, čak 81%, što ukazuje na nedostatnu ponudu nautičkih luka, u smislu dodatnih usluga. U ukupnim prihodima, od nautičke potrošnje, Primorsko goranska županija sudjeluje sa 15%, pa ako se tome pridodaju i prihodi istarskih nautičkih luka koji sudjeluju sa 18%, oni rastu na 33 %, što čini znatan udio u prihodima koji se ostvaruju u Hrvatskoj. Struktura prihoda ukazuje da sjevernojadranske nautičke luke ostvaruju više od 35% ukupnih prihoda od iznajmljivanja vezova na razini Hrvatske, a 29 % prihoda od servisnih usluga. Ostale usluge zastupljene su sa 28 %, što predstavlja trećinu prihoda od usluga nautičkih luka Hrvatske.

Tablica 6. Ostvareni prihodi sjevernojadranskih luka nautičkog turizma u 2013. i 2014. godini (iznosi izraženi u milijunima kuna)

	2013.		2014.	
	HRVATSKA	SJEVERNI JADRAN	HRVATSKA	SJEVERNI JADRAN
IZNAJMLJIVANJE	439.435.000	159.539.000	487.776.000	171.398.000
VEZOVA				
SERVISNE USLUGE	56.939.000	14.550.000	50.902.000	14.695.000
OSTALI PRIHODI	103.851.000	29.469.000	121.312.000	33.751.000

UKUPNO	600.225.000	203.558.000	659.990.000	219.844.000
---------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Izvor: Obrada autora prema podacima Državnog zavoda za statistiku

U tablici 4. prikazani su prihodi nautičkih luka sjevernog Jadrana za 2013. i 2014. godinu u odnosu na ukupne prihode svih hrvatskih luka nautičkog turizma. Najviše prihoda ostvario je Sjeverni Jadran i to od iznajmljivanja vezova, a ti prihodi su u 2014. godini iznosili 171,4 milijun kuna te su bili veći za 1,8 milijun kuna. Sljedeći su prihodi od servisnih usluga, koji za sjeverni Jadran iznose 28% od ukupnih prihoda od servisnih usluga Hrvatske.

Sukladno svemu navedenome, može se zaključiti da je Sjeverni Jadran najperspektivnija regija nautičkog turizma te da ima najveće udjele u prihodima nautičkog turizma Hrvatske. Stoga je potrebno kontinuirano ulagati u razvoj ove hrvatske regije, ali i u druge nautičke regije Hrvatske po uzoru na Sjeverni Jadran.

5.6. SWOT analiza hrvatskog nautičkog turizma

SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske predstavlja sustavan pregled prednosti, nedostataka, prijetnji i prilika iz kojeg je vidljivo gdje je nautički turizam Hrvatske, koji su njegovi potencijali, prednosti i nedostaci, prilike da napreduje na tržištu, kao i izazovi s kojima se on danas suočava. SWOT predstavlja kraticu za temeljne parametre analize: strenghts (snage), weaknesses (slabosti), opportunities (prilike) te threats (prijetnje).

SWOT analizu nautičkog turizma obradili su mnogi autori, poput Lukovića, Šamanovića, Gračan i ostalih, a rezultat njihovih istraživanja temelji se na analizama koje su proveli istražujući nautički turizam Hrvatske. U nastavku će biti prikazana SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske.

Tablica 7. SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske

PREDNOSTI	NEDOSTACI
------------------	------------------

<ul style="list-style-type: none"> • prirodne ljepote, čisto more, razvedenost obale, brojni otoci • povoljna klimatska obilježja • prirodne atrakcije (NP, PP) • biološka raznolikost, ekološki očuvan krajolik i podmorje • neizgrađenost obale • osobna sigurnost i sigurnost plovidbe • geografski položaj (blizina emitivnih tržišta) • prometna povezanost/ dostupnost • Dobra prometna povezanost Republike Hrvatske s emitivnim tržištima • Jadran – vrata u svijet • Posebnosti ugostiteljske i hotelijerske ponude • prateća turistička infrastruktura • tradicija u turističkoj djelatnosti • gostoljubivost • kvalificirani kadrovi • nautička infrastruktura (luke nautičkog turizma i marine) • pomorska tradicija • visokoškolsko obrazovanje za pomorstvo i turizam • mogućnost proširenja postojećih luka • izgradnja novih luka • Rast svijesti o potrebi zaštite okoliša (bioraznolikosti mora) 	<ul style="list-style-type: none"> • nedovoljan kapacitet luka nautičkog turizma • nedostatak vezova za veće jahte • sadržaj ponude u marinama i razina usluge • razina tehničke usluge u marinama • izražena sezonalnost potražnje • sadržaj ponude destinacije i kvaliteta usluga • vrijednost za novac • neodgovarajuće zbrinjavanje otpada • nedovoljna educiranost • nedostatak obrazovnih/strukovnih institucija • neusklađenost zakonskih propisa • administrativne prepreke • neodgovarajuća kategorizacija luka • nepovezanost elemenata sustava • nedovoljno razvijena strategija razvoja nautičkog turizma, kao i njezina neučinkovita primjena u praksi • Nedostatan broj vezova u sezoni i izvan nje • Nemogućnost primitka velikih brodica • Ponuda temeljena na vezu, bez dodatnih sadržaja • Porast izgradnje na samoj obali (nelegalna gradnja) • Nepoštivanje zakonskih propisa o gradnji • Koruptivne aktivnosti u gospodarstvu • Neusklađenost zakonskih propisa • Neodgovarajuće zbrinjavanje otpada i balastnih voda • Nedostatak ekološki prihvatljivih stanica za punjenje goriva
PRILIKE	PRIJETNJE

<ul style="list-style-type: none"> • ulazak u EU – otvaranje jedinstvenog tržišta • rast potražnje u turizmu u svijetu, pa tako i u nautičkom • trendovi u turizmu (bliske destinacije, lako dostupne, sigurne, zaštićena priroda, visoki zdravstveni standardi) • Hrvatska postaje sve popularnija turistička destinacija • otvaranje novih tržišta • daljnje unapređenje prometne dostupnosti (izgradnja prometne infrastrukture) • donošenje razvojne strategije nautičkog turizma • klimatski uvjeti povoljni za značajno proširenje sezone • očekivana stabilnost u regiji • razvoj domaće male brodogradnje • razvoj ekoturizma • Direktna strana ulaganja • Porast kvalitete ostale turističke ponude • Rast potražnje na ciljnim tržišnim nišama • Rast pratećih oblika turizma • Stvaranje zajedničke ponude zemalja na Jadranu • Europski strukturni i kohezijski fondovi • Jačanje ekološke svijesti turista i lokalne zajednice • Dosljedna provedba razvojne strategije nautičkog turizma RH • Promjena vlasničke strukture 	<ul style="list-style-type: none"> • nekontrolirani razvoj nautičkog turizma koji vodi gubitku atraktivnosti proizvoda • sukobi s drugim korisnicima resursa (ostali oblici turizma, marikultura, plovni put itd.) • zagađenje okoliša • preizgrađenost obale • nedovoljno razvijena svijest o potrebi zaštite okoliša i očuvanja bioraznolikosti • neodgovarajuća zakonska, planska i ostala regulativa • politička nestabilnost regije • terorizam (u okruženju) • pojava novih zaraznih bolesti • poremećaji na emitivnim tržištima • neodgovarajuća privatizacija • Gradnja novih vezova u konkurentskim zemljama (Italiji, Grčkoj, Crnoj Gori) • Nekontrolirana izgradnja sekundarnih rezidencija – uništavanje obalne linije • Onečišćenje okoliša (zraka, mora) • Nepoticažno zakonodavstvo • Svjetske sigurnosne krize (Ukrajina, Rusija, bliski Istok) • Sporost i neravnomjernost gospodarskog oporavka (produbljivanje svjetske ekonomske krize)
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Izvor: Obrada autora prema:

- a) Čorak, S., Mikačić, V.: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006., str. 57 i Alkier, R. et al.: Promocija kao faktor ojačanja konkurentске pozicije nautičkog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu, Pomorski zbornik, no. 49-50, 2015, str. 254. i *Studija razvoja nautičkog turizma Hrvatske*, Hrvatski Hidrografski Institut sa suradnicima, studeni, 2006., str. 95-96.

Prikazana SWOT analiza potvrđuje praktična istraživanja različitih autora te ukazuje na što se nautički turizam Hrvatske treba koncentrirati da bi se unaprijedio. Ona daje sliku slabosti i prednosti, kao i mogućnosti i izazova za perspektivniji razvoj nautičkog turizma Hrvatske na svjetskom i europskom turističkom tržištu. Ona pokazuje trenutnu poziciju nautičkog turizma Hrvatske na turističkom tržištu i kakva je ta pozicija u odnosu na konkurentne zemlje, ali i ukazuje na prilike i prijetnje s kojima se suočava nautički turizam Hrvatske.

Sukladno provedenoj SWOT analizi, može se zaključiti da hrvatski nautički turizam ima velik potencijal za razvoj, nedovoljno iskorištene nautičke kapacitete, višak nautičke ponude u odnosu na potražnju, kvalitetu usluge u lukama i marinama ispod standarda razvijenih zapadnoeuropskih zemalja te bogate prirodne resurse i razvedenu obalu i otoke. Sve navedeno treba uzeti u obzir i krenuti u kreiranje jedne jedinstvene strategije razvoja nautičkog turizma Hrvatske te odrediti smjernice kojima će nautički turizam Hrvatske zauzeti vodeću poziciju na europskom turističkom tržištu.

5.7. Budući trendovi nautičkog turizma

U oblikovanju turističke ponude, nautičkom turizmu dugo nije pridavano odgovarajuće značenje pri čemu je glavna odrednica turističkog razvoja bila izgradnja konvencionalnih smještajnih kapaciteta i s time orijentacija na masovni turizam. Orijentacija na individualizam, avanturizam i upoznavanje ambijentalnih vrijednosti predstavljaju karakteristike današnje turističke potražnje.

Unatoč svom tendencioznom i ekspanzivnom razvoju posljednjih desetljeća u Hrvatskoj, nautički turizam u Hrvatskoj još uvijek nije dosegao svoju punu zrelost. Razlog tomu jest što se potražnja za nautičkim uslugama tek neznatno usporava, stope rasta su još uvijek relativno visoke, a raspoloživa ponuda je manja od potražnje⁸⁰. Sukladno aktualnim trendovima nautičkog turizma u Hrvatskoj, moguće je uočiti da se povećava potražnja za dužim vezovima te za većim megajahtama. Sukladno tome, raste i proizvodnja takvih plovila. U Hrvatskoj učestalost korištenja plovila na stalnom vezu raste, a vrijeme izbivanja iz marina se skraćuje.

Povećava se broj tranzitnih uplovljavanja u marine, kao i potražnja za čarter uslugama. Raste broj korištenja servisnih i ugostiteljskih usluga u marinama, a posebno za visoko specijaliziranim i sofisticiranim servisnim uslugama, koje odgovaraju tehnički moderno opremljenim plovilima. Također, duge liste čekanja na slobodni stalni vez u hrvatskim marinama te sve veći broj dolazaka inozemnih turista stanoviti su indikator budućih trendova nautičkog turizma u Hrvatskoj⁸¹.

U svakom promišljanju o budućnosti razvoja nautičkog turizma se trebaju razmatrati mogućnosti unapređenja nautičkog turističkog proizvoda, ne samo kroz broj luka, marina i vezova, već kroz čitav niz popratnih nautičkih sadržaja.

Temeljne odrednice budućeg nautičkog turizma u Hrvatskoj trebaju obuhvaćati čitav niz aktivnosti koje će unaprijediti nautički turizam. Prije svega, to je očuvanje prirodnih resursa, odnosno mora i obale, kao preduvjeta za razvoj nautičkog turizma na našem prostoru. Potrebno je uskladiti prostor u kojem se nautički turizam odvija i prostor na kojem živi hrvatsko lokalno stanovništvo sa svojim egzistencijalnim potrebama. Kvaliteta usluge nautičkog turizma treba biti prije kvantitete – na taj način će Hrvatska više sudjelovati u raspodjeli međunarodne turističke potrošnje. Nove prihvatne kapacitete

⁸⁰ Čorak, S., Mikačić, V., op. cit., str. 59.

⁸¹ Luković, T., op. cit., str. 59.

potrebno je graditi primarno u postojećim marinama i lukama nautičkog turizma, a izvan njih samo iznimno na devastiranim područjima.

Osnovna misija nautičkog turizma mora biti ta da bude po mjeri čovjeka, odnosno nautičara koji mora poštovati prirodu i okolinu te tako pridonositi razvitku nacionalnog gospodarstva. Isto tako, turizam mora raditi na dobrobit građana, omogućavajući tako porast zaposlenosti i standarda, mora štititi kulturnu baštinu, jednako kao i prirodnu te kvantitativno i kvalitativno povećavati razinu usluge⁸². Osnovni cilj budućeg razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj bi trebao biti održivo korištenje i upravljanje prirodnim resursima, izgradnja nove nautičke infrastrukture, kao i podizanje ekološke svijesti o očuvanju vodenih površina u Hrvatskoj.

Nautički turizam u Hrvatskoj je potrebno razvijati kao najperspektivniji oblik turizma jer Hrvatska ima bogate prirodno – geografske uvjete, a sve sa ciljem da se zadovolje sve veći zahtjevi turističkog tržišta. Prirodne karakteristike obale i područja uz obalu, bogatstvo riblje faune te društveno – ekonomske okolnosti proteklih vjekova uvjetovali su naseljavanje hrvatske obale u velikom broju malih naselja i zaseoka unutar najčešće prirodno formiranih luka. Ova karakteristika predstavlja glavnu komparativnu prednost hrvatske obale u odnosu na ostale mediteranske obale, posebno u odnosu na jadransku obalu Italije. Prirodni resursi za razvoj nautičkog turizma u Hrvatskoj znatno su više kategorije od razine usluga koje u toj vrsti turizma pružamo, zato u svakom promišljanju o razvoju nautičkog turizma u Hrvatskoj moraju uzeti u obzir potrebe i mogućnosti unapređenja proizvoda, ne samo kroz povećanje vezova nego čitavog niza postojećih usluga.

Sukladno suvremenim trendovima svjetskog turističkog tržišta, nautički turizam će u budućnosti u Hrvatskoj biti značajan segment turističkog prometa. Budući da sadržaji nautičke turističke ponude obogaćuju hrvatski nautički turizam te povećavaju turističku potrošnju, razvoj nautičkog turizma u budućnosti treba usmjeriti na izgradnju dodatne nautičke infrastrukture i dodatnih nautičkih sadržaja. Uvodeći marketing koncepciju kao osnovu za postavljanje određene strategije razvoja nautičkog turizma zaključujemo da je nautički turizam novija pojava od klasičnog turizma s kojim se najčešće poistovjećuje ukupan turistički razvoj Hrvatske.

⁸² Jugović, A. et al., op. cit., str. 70.

7. ZAKLJUČAK

Svakodnevno se susrećemo sa pojavom masovnog turizma koji ide prema smanjenju, pojavom novih potreba i novih vrsta turizma poput selektivnog koji u konačnici dovodi do pojave različitih segmenata a jedan od tih je nautički turizam. Moderni turisti se više ne zadovoljavaju samo pasivnim odmorom u hotelu i ležanjem na dugačkoj pješčanoj plaži, oni traže nešto bolje, nešto drugačije, nešto što će biti njihov bijeg od stvarnosti. Visoko obrazovani, veće platežne moći, turisti koji teže ka nečem drugačijem, boljem i bilježe od stvarnosti. Nautički turizam je upravo sve to za njih.

Nautički turizam svoje začetke ima još u prapovijesno doba i doba starog vijeka kada su ljudi putovali radi osvajanja, ratova i avantura. Ovaj oblik turizma se polako razvijao kroz povijest, sukladno razvoju društva i informacijskih tehnologija. Kao selektivni oblik turizma, suvremeni nautički turizam se počinje ekspanzivno razvijati 1960 – tih godina, bilježeći iz desetljeća u desetljeće ekspanzivan rast i razvoj.

Danas je ovaj oblik turizma jedan od najperspektivnijih jer je specifičan – usmjeren je na ciljnu skupinu turista koji su visoke platežne moći, visokoobrazovani i uspješni te koriste specifične turističke usluge vezane uz plovidbu vodom. Nekad je ovaj oblik turizma imao značaj rekreacije, međutim, danas on sve više dobiva veliki status na turističkom tržištu te se koncentrira na turiste nautičare koji žele upoznati maritimne i prirodne karakteristike neke zemlje.

Nautički turizam vezan je za motiv turista nautičara da borave na plovilu jer je plovilo osnovni element odvijanja ovog oblika turizma. Budući da su nautička ponuda i potražnja međusobno udaljene, potrebno je na turističkom tržištu stvoriti pozitivnu percepciju o nautičkoj usluzi. Ovaj selektivni oblik turizma je mobilan te je njegov bitan čimbenik rekreacija i odmor na vodi.

Nautički turizam, iako progresivan, karakterizira spor trend razvoja, pa je dodatno potrebno osmišljavati strategije i aktivnosti njegova budućeg razvoja. Ipak, razvoj nautičkog turizma ima pozitivne tendencije.

Na temelju proučene literature i sintetizirane SWOT analize upućuje na zaključak kako se može prihvatiti temeljna hipoteza rada te njegove pomoćne hipoteze. Nautički turizam predstavlja danas suvremeni fenomen turizma koji iz desetljeća u desetljeće sve više doprinosi povećanim financijskim rezultatima u turizmu. Kao selektivni oblik turizma, najviše ga primjenjuju turisti više platežne moći pa je kao takav nautički turizam postao usmjeren ciljanoj skupini turista koji su uspješni i visokoobrazovani, za razliku od prošlosti, kada su nautičkom turizmu pristupali gotovo svi turisti.

Temelj današnjeg razvoja nautičkog turizma su prirodni i ekonomski resursi zemlje koja ga primjenjuje te takvu zemlju karakterizira njegov ekspanzivan razvoj. Istraživanje je pokazalo da je nautički turizam zaista fenomen koji ostvaruje visoke udjele u ukupnom turističkom prometu, doprinoseći tako ostvarenju visokih financijskih rezultata od turizma. U radu se također istražilo kako su ciljna skupina nautičkog turizma zaista turisti visoke platežne moći, uspješni i visokoobrazovani ljudi koji traže ovu specifičnu uslugu. Prirodne osnove zemlje temelj su razvoja nautičkog turizma, a ekonomski uvjeti na tržištu samo doprinose njegovu kontinuiranu razvoju. Konačno, iako relativno mlad, nautički turizam je u Hrvatskoj jedan od vodećih selektivnih oblika turizma.

Nautički turizam u Hrvatskoj, iako perspektivan, još uvijek nije dosegao svoju punu zrelost. Zbog nedovoljnih kapaciteta nautičke ponude to je još uvijek mlad oblik turizma u Hrvatskoj, koji se nastoji pozicionirati na europskom i svjetskom turističkom tržištu. Izrađena SWOT analiza hrvatskog nautičkog turizma objedinila je prednosti, nedostatke te prilike i prijetnje s kojima se suočava hrvatski nautički turizam. Najznačajnija prednost jesu prirodne osnove za razvoj nautičkog turizma, razvedenost hrvatske obale i brojni otoci, a najznačajniji nedostaci su nedovoljna ekološka osviještenost o zagađenju voda te nedefinirana zaštita okoliša.

Nautički turizam ima budućnost. Nautički turizam u Hrvatskoj sve više dostiže svoj uspon i svoj uspjeh. Kada bi se još više uložilo u njega, u njegove mogućnosti, luke njegov bi uspjeh bio siguran kao i potencijal prema kojem ide Hrvatska.

Da bi se unaprijedio njegov razvoj u Hrvatskoj, potrebno je dublje iskoristiti bogate prirodne potencijale Hrvatske i njezine komparativne prednosti te formirati nautički turizam kao poželjan turistički proizvod. Hrvatska mora unaprijediti marketinške aktivnosti nautičkog turizma, s ciljem privlačenja većeg broja turista nautičara. Hrvatska ima bogate prirodne i kulturne potencijale i uvjete za razvoj nautičkog turizma, ali da bi budućnost njegova razvoja bila održiva, ona mora iskoristiti njegove komparativne prednosti te uzeti u obzir sve elemente koji mogu doprinijeti njegovu učinkovitu razvoju. Sukladno navedenom, nautički turizam je značajan segment turističkog prometa pa ga kao takvog treba posebno njegovati, jer on doprinosi razvoju cjelokupnog gospodarstva.

LITERATURA

Knjige:

1. Dulčić, A.; „Nautički turizam i upravljanje lukom nautičkog turizma“, Ekokon d.o.o., Split, 2002
2. Šamanović, J.: Nautički turizam i management marina, Visoka pomorska škola u Splitu, Split, 2002.
3. Luković, T., Gržetić, Z.: Nautičko turističko tržište u teoriji i praksi Hrvatske i europskog dijela Mediterana, Hrvatski hidrografski institut (HHI) Split, Split, 2007.
4. Vukonić, B. i Čavlek, N.: „Rječnik turizma“, Masmedia d.o.o., Zagreb, 2001.
5. Ivošević, D.: „Nautički turizam Hrvatske“, vlastita naklada Novigrad, 1995.
6. Mitrović, F.: „Ekonomika pomorstva“, Pomorski fakultet u Splitu, Split, 2007.
7. Luković, T. i Šamanović, J.: Menadžment i ekonomika nautičkog turizma, Reprograph, Zagreb, 2007.
8. Čorak, S., Mikačić, V.: Hrvatski turizam: plavo, bijelo, zeleno, Institut za turizam, Zagreb, 2006.
9. Statistički ljetopisi za 1992. i 2001. godinu, Državni zavod za statistiku, 1992. i 2001.
10. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma, Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009. – 2019., Zagreb, 2008.
11. Studija razvoja nautičkog turizma Hrvatske, Hrvatski Hidrografski Institut sa suradnicima, studeni, 2006.
12. Gračan, D., Alkier Radnić, R. i Uran, M.: Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2011.
13. Jadrešić, V.: Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Školska knjiga, Zagreb, 2001.

Članci:

1. Luković, T. : „Nautički turizam – definicije i dileme“, „Naše more“, vol. 54, no. 1-2, 2007., str. 22 – 31.

2. Krce Miočić, B.: Povezivanje nautičkog s komplementarnim specifičnim oblicima turizma, *Acta Turistica*, vol. 26, no. 2, 2014., str. 155 – 184.
3. Luković, T.: Nautički turizam – definiranje i razvrstavanje, *Ekonomski pregled*, vol. 58. no. 11, 2007., str. 689 – 708.
4. Gračan, D. i Radnić, R.: Kvantitativna i kvalitativna obilježja nautičkog turizma u strategiji razvitka hrvatskog turizma. *Pomorski zbornik*, vol. 41, no. 1, 2003., str. 309 – 318.
5. Jugović, A. et al.: Nautički turizam u Republici Hrvatskoj u funkciji razvoja destinacije, *Pomorski zbornik* br. 47 – 48, 2013., str. 61 – 72.
6. Luković, T.: Sukobljene ili sukladne strategije razvoja europskoga nautičkoga turizma, *Pomorstvo*, god. 23, br. 2, 2009., str. 341 – 356.
7. Gračan, D.: Strateško promišljanje razvoja nautičkog turizma u Hrvatskoj, *Tourism and Hospitality Management*, vol. 12, no. 1, 2006., str. 111 – 117.
8. Luković, T. i Bilić, M.: Luke nautičkog turizma u Hrvatskoj i strategija lokalnog razvoja, „Naše more“, vol. 54, no. 3-4, 2007., str. 114 – 128.
9. Dogan, K., Mršić, T.: Očuvanje prirodnih resursa nautičkog turizma u Republici Hrvatskoj, *Pomorski zbornik*, 2003., br. 47-48, str. 73 – 85.
10. Knežević, R. i Knežević, D.: Posljedice razvoja luka nautičkog turizma u Istarskoj županiji, *Tourism and Hospitality Industry, 20th Biennial International Congress*, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2010., str. 164 – 182.
11. Gračan, D., Alkier Radnić, R. i Uran, M.: Strateška usmjerenja nautičkog turizma u Europskoj uniji, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2011., str. 258 – 259.
12. Kovačić, M.: Razvoj nautičkih luka u funkciji održivog razvoja nautičkog turizma, *Pomorski zbornik*, vol. 41, no. 1, 2003., str. 135 – 154.
13. Alkier, R. et al.: Promocija kao faktor ojačanja konkurentske pozicije nautičkog turizma Republike Hrvatske na turističkom tržištu, *Pomorski zbornik*, no. 49 – 50, 2015, str. 239 – 264.
14. Brčić, A., Radić Lakoš, T.: Razvoj nautičkog turizma u RH uz primjer Šibensko-kninske županije, *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, vol. 6, no. 1-2, 2010., str. 1 – 15.
15. Krce, Miočić, B.: Valorizacija učinaka promotivnih aktivnosti u nautičkom turizmu u Hrvatskoj, *Acta Turistica*, vol. 23, no. 2, 2011., str. 105 – 138.

Internetski izvori:

1. Državni zavod za statistiku, http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-03-04_01_2015.htm, pristupljeno 05.09.2016.
2. Državni zavod za statistiku RH, Turizam – kumulativni podaci, Priopćenja za 2000., 2005. i 2015. Godinu, www.dzs.hr, pristupljeno 06.09.2015.
3. Strategija razvoja nautičkog turizma RH (2009.-2019.), http://www.mint.hr/UserDocsImages/081224-61_01.pdf, pristupljeno 07.09.2016

Zakoni i propisi:

1. Zakonom o turističkoj djelatnosti, Narodne novine, br. 08/96.
2. Zakonom o pružanju usluga u turizmu, Narodne novine, br. 68/07., 88/10., 30/14., 89/14., 152/14.

Ostalo:

1. Državni hidrometerološki zavod
2. Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Ministarstvo turizma: Strategija razvoja nautičkog turizma Republike Hrvatske za razdoblje 2009. – 2019., Zagreb, 2008.
3. Studija razvoja nautičkog turizma Hrvatske, Hrvatski Hidrografski Institut sa suradnicima, studeni, 2006.

POPIS TABLICA

Tablica 1. Luke nautičkog turizma u 2015. godini po županijama	35
Tablica 2. Kapaciteti marina u Hrvatskoj od 2013. – 2015. godina.....	36
Tablica 3. Kretanje turističkog prometa u Hrvatskoj za 2000., 2005. i 2015. godinu	38
Tablica 4. Prednosti i nedostaci hrvatskog nautičkog turizma.....	42
Tablica 5. Kapaciteti nautičkih luka u Sjevernom Jadranu, raspoređeni po županijama u 2014. g.	51
Tablica 6. Ostvareni prihodi sjevernojadranskih luka nautičkog turizma u 2013. i 2014. godini	53
Tablica 7. SWOT analiza nautičkog turizma Hrvatske.....	54

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Kapaciteti nautičkih luka	52
---------------------------------------------	----

POPIS SLIKA

Slika 1. Model razvrstavanja osnovnih vrsta djelatnosti nautičkog turizma.....	11
Slika 2. Ostvareni prihodi luka nautičkog turizma bez PDV – a u 2014. i 2015. godini	37
Slika 3. Karta podjele Jadrana.....	48

POPIS SHEMA

Shema 1. Subjekti nautičkog turizma.....	7
------------------------------------------	---